
مشاركة الأفراد
في وسائل الإعلام
الدكتور
أحمد رشاد على الروينى
العلم والإيمان للنشر والتوزيع
مشاركة الأفراد في وسائل الإعلام
الدكتور/ أحمد رشاد على الروينى
دار العلم والإيمان
دار الجديد

مشاركة الأفراد

في

وسائل الإعلام

الدكتور

أحمد رشاد على الروينى

دكتوراه جامعة القاهرة - كلية الإعلام

دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع

دار الجديد للنشر والتوزيع

4.678

ا .ا أحمد رشاد على الروينى.

مشاركة الأفراد في وسائل الإعلام /أحمد رشاد علي الرويني .- ط1.- دسوق: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، دار الجديد للنشر والتوزيع.

324 ص ؛ 17.5 × 24.5سم .

تدمك : 978 – 977 – 308 – 633 - 6

1. الأعلام

أ - العنوان .

رقم الإيداع : 28088 .

الناشر : دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع

دسوق - شارع الشركات- ميدان المحطة – بجوار البنك الأهلي المركز

E-mail: elelm_aleman2016@hotmail.com & elelm_aleman@yahoo.com

الناشر : دار الجديد للنشر والتوزيع

تجزءة عزوز عبد الله رقم 71 زرالدة الجزائر

E-mail: dar_eldjadid@hotmail.com

الفـــهرس

المقدمة

وسائط أو وسائل التواصل الاجتماعي أو الإعلام الاجتماعي بالإنجليزية (Social Media) أحدث التطورات التي طرأت على الإنترنت والتي صاحبها ظهور العديد من تكنولوجيا ويب . بشكل عام يشير العديد من المختصين في علم الإنترنت بأن الإعلام الاجتماعي يمثل قفزة كبيرة للتواصل من خلال الشبكة العنكبوتية بشكل تفاعلي أكبر من السابق بكثير عندما كان التواصل محدودا بمشاركة كميات قليلة جدا من المعلومات وسيطرة أكبر من مديري البيانات. كما أتاح الإعلام الاجتماعي فرصاً عديدة منها التشارك بالمعلومات بين جميع مشتركي الشبكة مع إمكانيات التفاعل المباشر والحر علي المواقع الاجتماعية وعند نهاية كل مقال أو خبر ، كما أتاح الفرصة للمتلقين بأن يصنعوا برامجهم الإذاعية أو التلفزيونية التي يحبونها ويتابعونها وذلك بطرح مقترحات لمعد البرنامج، أو المشاركة بطرح أسئلة للضيف الذي ستتم استضافته بالبرنامج ، كل هذا وما صنعه الإعلام الاجتماعي مع الثورات التي اجتاحت منطقة الشرق الأوسط والاحتجاجات التي عمت العديد من الدول الأوروبية وأمريكا يعتبر إضافة جديدة إذ صنعت هذه الأحداث ما يسمى بالمواطن الصحفي، فصار الشخص الذي يعيش الأحداث أن يصورها

أو يكتب عنها ويرسل ما يصور أو يكتب إلى وسائل الإعلام المتلهفة للأخبار من مناطق لم يستطع مراسلو تلك الوسائل من دخولها إما بسبب النظام الحاكم لخوفه من معرفة العالم بما يحدث أو لصعوبة الوصول للحدث الذي قد يتعدى وقته دقائق فقط فما كان من الممكن نقله للعالم إلا من خلال الذين عايشوه ووثقوه. ويشير مصطلح وسائل الإعلام الاجتماعية إلى استخدام تكنولوجيات الإنترنت والتقنيات المتنقلة (الجوال) لتحويل الاتصالات إلى حوار تفاعلي. عرّف أندرياس كابلان ومايكل هانلين وسائل الإعلام الاجتماعية بأنها "مجموعة من تطبيقات الإنترنت التي تبني على أسس أيديولوجية والتكنولوجية من الويب 2، والتي تسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينشئها المستخدمون . وسائل الإعلام الاجتماعية هي وسائل إعلام للتواصل الاجتماعي كمجموعة شاملة وراء التواصل الاجتماعي. وبذلك غيّرت وسائل الإعلام الاجتماعية طريقة تواصل المنظمات .

الفصل الأول

ماهية الصحافة الالكترونية وعوامل تطورها

لقد شهد الإعلام العربي على مستوى تكنولوجيات الإعلام والاتصال تحولات معتبرة خلال العقدين الماضيين، وكان من أبرز ملامحها ظهور شبكة الانترنت كوسيلة اتصال تفاعلية أتاحت الفرصة أمام الأفراد والجماعات والمؤسسات للوصول إلى المعلومات وبحجم هائل وبسرعة فائقة، أو إرسالها ونشرها على نطاق واسع لم يسبق له مثيل في التاريخ. ونظرا للفرص الكبيرة المتنوعة والمتعددة الأبعاد التي أتاحتها شبكة الإنترنت للاتصال، أضحت استخداماتها المختلفة، ومنها على الخصوص الإعلامية، تمثل أحد أبرز تطبيقاتها المعاصرة. حيث تسابقت المؤسسات الإعلامية والأفراد والفئات المختلفة لاستغلال هذا المورد الاتصالي الهام في نشر وتبادل المعلومات بأشكالها المتعددة، مما أدى إلى إفراز أنماط إعلامية جديدة، وأبرزها ما يسمى بالصحافة الالكترونية أو صحافة الانترنت ***On line journalism*** أو على الخط .

وعلى الرغم من أن المشهد الإعلامي العربي لا يعكس نضجا ملموسا في هذا القطاع، إلا أن هناك علامات دالة على مستقبل كامن لما يسمى بصحافة الانترنت، وهذا بناء على ما يتجلى من خلال البوابات الإخبارية والصحف الإلكترونية والمدونات الإعلامية باللغة العربية. بالفعل، هناك
صحافة انترنت باتت تشكل نواة حقيقية منافسة للصحافة التقليدية، والتي صارت تجلب إليها أعدادا كبيرة من المستخدمين ممن لهم القدرة الفكرية والمادية على النفاذ للشبكة العنكبوتية.

ولعل من بين أهم تأثيرات هذا التطور ما يلاحظ من جدل حول المخاطر التي يمكن أن تهدد مستقبل الصحافة الورقية، بسبب ارتفاع تكاليف الإنتاج والتوزيع وتناقص الموارد الإعلانية التي تستمد منها الصحف أسباب بقائها وازدهارها، علاوة على تراجع مقروئيتها لدى القراء عموما، والشباب بصفة خاصة.

وانطلاقا من هذا المنظور، سنحاول تناول مسألة ماهية الصحافة الالكترونية وعوامل ظهورها وتطورها. كما سنتعرض إلى خصائص الصحافة الالكترونية وجمهورها على نحو عام، وهذا يعتبر أمرا ضروريا لتهيئة أرضية الحديث عن الصحافة الالكترونية في البلدان العربية.

ماهية الصحافة الالكترونية وعوامل تطورها

تمهيد

تشهد الصحافة المكتوبة أكبر ثورة منذ ظهور المطبعة في القرن الخامس عشر، هذه الثورة التي يعتبر النشر الالكتروني أهم تجلياتها ومحركاتها، وفي خضم هذه الثورة التكنولوجية تأثرت صن[1]اعة الصحافة بشكل ملحوظ. إذ ظهر ما يسمى ب " الصحافة الالكترونية " (*Electronic Newspaper*) التي أخذت عدة تسميات أخرى مثل " الصحيفة الافتراضية " (*Virtual Newspaper*)، و " الصحيفة على الخط " (*online newspaper*)، و " الصحيفة خارج الخط " (*outline newspaper*).[2]

ولهذا أصبح إلزاما على وسائل الإعلام التقليدية مواكبة هذا التطور التكنولوجي حتى لا تفقد علة وجودها. في هذا الصدد، شهدت " التسعينيات المزيد من تحول الصحف (جرائد ومجلات) إلى الآلية الكاملة في عملية الإنتاج، وحتى في أساليب التوثيق كما تم ربط مراكز المعلومات الصحفية ببنوك المعلومات المحلية والدولية وشبكاتها، وتم تطوير أساليب طباعة الصحف في أكثر من موقع في الوقت نفسه من خلال تحسن أسلوب الإرسال و تسريعه".[3]

وهكذا، أصبح من الممكن بالنسبة للقارئ أن يختار ما يريد قراءته، وأن لا يحصل عليه مطبوعا فقط، بل يتزود به مرئيا أو مرئيا مسموعا على شاشة التلفزيون أو الحاسب الالكتروني من خلال شبكة المعلومات، وهو ما يسمى بالصحافة الالكترونية التي بدأت "تطرح نفسها كمنافس للصحافة المطبوعة منذ ظهورها أو كبديل لهذا النوع من الصحافة عندما تصل إلى مرحلة النضج والتبني الكامل مع القراء ".[4]

بالفعل، لقد أصبحنا اليوم نعيش عصر الصحافة الإلكترونية، هذه الصحافة التي فرضت وجودها في الواقع الافتراضي بدورها في رصد الأحداث وصناعة الخبر. وهذا جنبا إلى جنب مع الصحافة التقليدية، ولتتجاوز القيود الجغرافية والسياسية التي تعاني منها نظيرتها الورقية التي ربما بدأ العد العكسي لأفول نجمها مع تقدم عجلة الزمن. فالصحافة الالكترونية تحرز يوما بعد يوم تطورا مذهلا في مواقعها وخدماتها. وهذا بفضل استخدامها للوسائط المتعددة التي جعلت منها صحافة الكترونية تفاعلية، وهما المصطلحان (الوسائط المتعددة والتفاعلية) اللذان سنتعرض لهما بشيء من التفصيل لاحقا.

❖ ماهية الصحافة الالكترونية.

1) مفهوم الصحافة الالكترونية.

لقد تطرق العديد من الباحثين والإعلاميين إلى ظاهرة الصحافة الالكترونية وتقديم تعريفات مختلفة تختلف باختلاف مجال الاختصاص، وحسب علمنا لا يوجد تعريف واحد يحظى بالإجماع، ولكن يمكن أن نقدم بعض التعاريف التي تخدم بحثنا ومن زوايا متنوعة لتفادي التكرار، وعليه، سنذكر بعض التعاريف المهمة على النحو التالي:

- يمكن تعريف *online journalism* ببساطة على أنها " صحافة كما تتم ممارستها على الخط المباشر".[5] نرى أن هذا التعريف قد حصر مفهوم الصحافة الالكترونية في نوع واحد، أي الصحافة التي تمارس على الخط مباشرة ولكن الصحافة الالكترونية أوسع من هذا التعريف بكثير.

- "الصحافة الالكترونية هي الصحافة غير الورقية، مقروءة ومسموعة ومرئية، تبث محتوياتها عبر مواقع لها على الشبكة المعلومات العالمية." [6] إذن، فمثل هذا التعريف يركز على ما هو غير ورقي.

- "وضع الصحيفة اليومية الكبيرة على الخط، أي جعلها في متناول القراء عبر كمبيوتر مجهز بمودم".[7] ومثل هذا التعريف يعتبر ناقصا

أو غير مطابق لطبيعة الصحافة الالكترونية، حيث توجد هذه الأخيرة في شكل الكتروني ولا يوجد لها مقابل بالورق.

- " تتمثل الفكرة الأساسية في الصحيفة الالكترونية، في توفير المادة الصحفية للقراء على إحدى شبكات الخدمة التجارية الفورية، مستخدمة في ذلك تقنيات حديثة ظهرت كوليدة لتكنولوجيا الاتصال، طارحة العديد من التحديات بالنسبة للوسائل التقليدية."[8] نلاحظ من خلال هذا التعريف أن هناك عنصر التحدي الذي أتت به الصحافة الالكترونية، والذي تواجهه الصحافة التقليدية التي يتوجب عليها التكيف مع المنافسة الجديدة على أكثر من صعيد.

- "الصحف الالكترونية هي الصحف المكتوبة، والتي يعاد نسخها على الانترنت وتتميز عن النسخة المكتوبة باستعمال كبير للألوان، والصوت، والصورة ".[9] إذن هذا التعريف يعتبر ناقصا أيضا ولكنه يشير من جهة أخرى إلى عنصر اللون ونوعيته في التعريف، وهو ما يميز الصحافة الالكترونية عن الصحافة التقليدية.

- "هي تخلق صفحة تحريرية نابضة بالحياة، توجد فيها صفحة الرأي في مواجهة الصفحات التي تحوي رسائل القراء و هو ما لا يوجد في الصحيفة اليومية. فهي تشبه خط دردشة عبر الانترنيت، كما أنها تنشر المناقشات الدائرة حول موضوع معين أو العديد من الموضوعات، في حين يتم ربط المناقشات المختلفة والمتنوعة بمحتوى الرأي."[10] نسجل أن هذا التعريف تطرق إلى مختلف جوانب خصائص الصحافة الالكترونية بصفة شمولية ومختصرة.

- " نوع من الاتصال بين البشر يتم عبر الفضاء الإلكتروني - الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى- تستخدم فيه فنونا وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة، مضافا إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات، التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة الاتصال، بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية ومعالجتها وتحليلها ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة".[11] يعتبر هذا التعريف مهم للغاية حيث يشير إلى عناصر تفتقد في التعاريف الأخرى كالوسائط المتعددة والتفاعلية.

- " نموذج جديد في العمل الصحفي، يستغل كافة مميزات وتقنيات الانترنت، يجعل من الخبر الصحفي موجها نحو الجمهور، وما يهم الجمهور، وتصفية الأخبار، بحيث يحصل القارئ على ما يهمه دون الالتفات إلى الاهتمامات التجارية والإعلانية. أطلق على هذا النموذج اسم الصحافة الموزعة *Distributed journalisme* أو الصحافة التفاعلية *Interactive journalisme*.[12] بين لنا هذا التعريف أن الصحافة الالكترونية صحافة تفاعلية بالدرجة الأولى. وهذا ما تتغاضى عنه الكثير من التعاريف.

- "الصحافة الالكترونية نوع إعلامي لوسيلة إعلامية تتحقق بفكرة النشر الالكتروني، الذي بدوره يتجسد من خلال الانترنت، كشبكة معلوماتية وأداة ومصدر للمعلومة. وأصبح سهلا تطوره ثم تداوله بسبب فكرة عملية النشر المكتبي".[13]

أهم ما يلفت الانتباه في هذا التعريف هو أن صاحبه يعتبر الانترنت كوسيلة إعلامية جماهيرية، وهذا أمر غير متفق عليه في الوقت الحاضر.

ومما سبق نستنتج أن كل باحث عرف الصحافة الالكترونية حسب خصائصها أو وظيفتها، وتكاد التعاريف تتعدد بتعدد الكتاب، وعلى هذا فهي الصحف التي يتم إصدارها ونشرها على شبكة الإنترنت. سواء كانت هذه الصحف بمثابة نسخ أو إصدارات إلكترونية لصحف ورقية، أو موجز لأهم محتوياتها أو كجرائد ومجلات إلكترونية ليست لها إصدارات مطبوعةعلى الورق. ولكنها صحف الكترونية تتخذ عدة أنواع وأشكال.

❖ عوامل ظهور الصحافة الالكترونية وأسبابه.

يرى بعض الباحثين أن هناك ثلاثة عوامل ساهمت في ظهور وتطور الصحافة الالكترونية، هي:

- الارتفاع المدهش في قدرات الإعلام الآلي لطاقات الكمبيوتر على تخزين و معالجة المعطيات.

- التقدم في مجال ترقيم المعطيات فكل معلومة مشفرة في شكل رقمي، مما منحها لغة عالمية، حيث يمكن نقل و تبادل المعطيات رقمية من نقطة إلى أخرى من العالم بدون النظر إلى اللغة الأصلية التي كتبت بها.[14]
- تطور تقنية ضغط المعلومات و إزالة ضغطها والتي تمكن من إرسال المعلومات بسهولة، بدل تخصيص مساحات كبيرة تعرقل من عملية إرساله.[15]

ظهور القارئ الرقمي الذي أصبح يفضل الاطلاع على الأخبار و المعلومات في المواقع الالكترونية، لما تتمتع به من خصائص فنية كأن يتم تحديثها باستمرار، و توفرها على كم هائل من المعلومات و يتم اقتناؤها بطرق تفاعلية مختلفة.[16]

- مواجهة الصحف المكتوبة على المستوى العالمي صعوبة كبيرة، بسبب غلاء مادة الورق و الطباعة و قلة المادة الإعلانية التي فضلت التلفزيون والانترنت.[17]

الفرق بين الصحافة الالكترونية والصحافة الورقية:

من خلال مراجعة الباحث "درويش اللبان" لعدة دراسات عربية وأجنبية حول دراسة نقاط الاختلاف بين الصحافة الإلكترونية والصحافة المطبوعة خلال المرحلة 1998 إلى 2000، بهدف الوقوف عند أوجه التشابه والاختلاف بين النوعين. توصل الباحث إلى إبراز بعض مظاهر الاختلافات العميقة والمهمة بين ما ينشر مطبوعا وما ينشر الكترونيا، وأن كلاهما إما يعتمد على الآخر بصفة غير مباشرة أو مباشرة. على سبيل المثال، تقوم العديد من مواقع جرائد الواب بإضافة مزيد من المواد الإخبارية، التي تحصل عليها من الوسائل التقليدية أو تقوم بخلق قصص خبرية خاصة ونشرها الكترونيا.

ومن خلال النظر في نفس الدراسات التي درسها الكاتب، توصلنا إلى بعض الاستنتاجات الخاصة بالاختلافات ذات الصلة بدراستنا، وهيعلى النحو التالي:[18]

- الاختلاف بين المضمون الإخباري للانترنيت والأخبار المطبوعة:
- فالصحافة الإلكترونية تعمل على رسم صورة لها مخالفة للإنتاج المطبوع، وهذا بتوفير عدة خدمات إلكترونية أو ما يسمى بالخلفيات المعلوماتية والصور الفوتوغرافية، وعناصر الرسوم البيانية والصوت والفيديو ووصلات الأرشيف. بالإضافة إلى أهم ميزة تتميز بها الصحافة الإلكترونية هي التفاعلية، وتتمثل هذه الأخيرة في البريد الإلكتروني والمؤتمرات الإلكترونية وندوات النقاش.

وهذا ما يجعل الصحافة الإلكترونية تحتوي على عدة مضامين إخبارية غير موجودة في نظيرتها المطبوعة مع احتوائها على صور أقل مما نجده في الصحافة المطبوعة، وهذا فيما يتعلق بالأخبار أساسا.

- الخدمات الصحفية: تقتصر هذه الأخيرة على تلخيص بعض الموضوعات وإعادة صياغة عناوينها، التي تمتاز بالبساطة والاختصار والوضوح في المحتوى. وفق ما يناسب جمهور الإنترنت المختلف نوعا ما عن جمهور الصحافة المطبوعة من حيث المستوى الثقافي والتواجد الجغرافي. كما أن الشكل الإخراجي للنسخة المطبوعة مختلف عن النسخة الالكترونية، كاستخدام الألوان مثلا.

- العائدات: إن الجريدة الالكترونية لا تستفيد بالقدر الكافي من مصادر التمويل التقليدية كالإشهار والاشتراكات والتوزيع. هذا إذا استثنينا الجرائد الالكترونية التي توفر صفحات متخصصة تحظى بانقرائية كبيرة نظرا للخدمات التي توفرها، كتلك التي تهتم بالعقار أو المواد الصيدلانية أو الأسفار، الخ. قراءة الصحف الورقية: يمكن القول عنها أنها محررة من القيد المكاني، ولكن حتى الصحافة الالكترونية أصبحت لا تعاني من هذا

- القيد نظرا للتطور التكنولوجي وانتشار المستحدثات التكنولوجية. ونقصد به استقبال الانترنت مثلا على جهاز الهاتف النقال وإمكانية الحصول على الأخبار الالكترونية كأحوال الطقس مثلا. [19]

- مصادر الأخبار: تبين لنا أن مصادر أخبار الانترنت تحظى بانقرائية أعلى من مصادر الأخبار المطبوعة.[20]

وعليه، نستنتج أن الصحف الالكترونية تمثل تحديا للصحف الورقية، وهذا ما جعل هذه الأخيرة تسعى لتأكيد تواجدها على شبكة الانترنيت. فمنها من يستمر و منها من يتوقف عن الإصدار بسبب الربحية نظرا لإحجام المستخدمين عن الدفع نظير مطالعتهم لنسخ الصحف عبر الشبكة. وهذا ما جعل الخدمات الصحفية أيضا تعمل على وضع رسوم مدفوعة للاشتراك عبر شبكة الانترنيت لجذب مزيد من المستخدمين.

فقد فوجئ الجميع بتفوق بعض المواقع الإخبارية الالكترونية العالمية والتي أصبحت كمرجعية إخبارية في الظروف الجادة والحرجة، وأصبح من الطبيعي أن يلجأ إليها الفرد العادي والمهتم أو المختص في السياسة وغيرها، كمرجعية موثوقة وذات مصداقية بعد أن كانت متهمة بالتواطؤ والتدليس.[21]

هل الصحافة الالكترونية بديل عن الصحافة المطبوعة؟

في السابق كان ينظر إلى الصحف الالكترونية، في البداية، كخدمة مكملة لما تقدمه النسخة المطبوعة من الصحيفة، ثم أثير النقاش حول فكرة مفادها أن الصحيفة الالكترونية يمكن أن تكون بديلا عن الصحافة المطبوعة وهذا يرجع لعدة أسباب هامة منها:[22]

- **التفوق الذي أبدته المحطات التلفزيونية الإخبارية في تغطية الأحداث مثل قناةC.N.N ، و قناة الجزيرة القطرية.**
- **جذب الصحف الالكترونية للقراء و تخطيها لمعوقات الورق وارتفاع أسعاره.**

في هذا السياق، خلص أحد الباحثين المهتمين بدور الصحافة الالكترونية إلى أن مجمل السمات والخصائص التي تميز الصحافة الالكترونية تقلص من إقبال القارئ على الصحافة الورقية.[23] والذي سجل بداية موت الصحافة الورقية في ظل التراجع الذي شهدته كبريات الجرائد الأمريكية، فعلى سبيل المثال استغنت نيويورك تايمز عن 60 بالمائة من محرريها.[24]

وفي دراسة بعنوان" حالة وسائل الإعلام الإخبارية لسنة 2004"أجراها مشروع "التفوق الصحفي" بالاشتراك مع كلية الصحافة في "كولومبيا"، كشفت عن أن الظاهرة ملفتة للانتباه، خصوصا إذا ما قوبلت بتراجع مبيعات الصحف الأمريكية الصادرة بالإنجليزية والمقدر بمعدل 11٪ على مدى العقد الأخير ليصل مجموع النسخ الموزعة يوميا إلى 55 مليون نسخة. وتراجع خلال الفترة ذاتها جمهور النشرات الإخبارية المسائية على المحطات التلفزيونية المحلية المرتبطة بالشبكات الكبرى بمعدل 34٪ كما أن الأمريكيين لم يعودوا يشاهدون الأخبار على الشبكات التلفزيونية الكبرى على الرغم من الأحداث المهمة التي تستقطب انتباه الرأي العام.

وتشير الدراسة إلى تراجع الثقة بمصداقية الصحف الأمريكية من 80٪ عام 1985 إلى 59٪. وفي المقابل، سجل الإقبال على 26 موقعا على الانترنت صنفت على أنها الأكثر شعبية، تزايدا بمعدل 70٪ ما بين مايو 2002 وأكتوبر 2003.[25] ولوحظ في الدراسة أن الأمريكيين كانوا يستشيرون بصورة خاصة خلال الحرب على العراق مواقع الشبكات الإخبارية ومن ثم مواقع الصحف، وبعدها مواقع الحكومة الأمريكية وأخيرا المواقع الإخبارية الأجنبية. وباتت المجموعات الصحفية الكبرى تزيداستثماراتها على الانترنت، فقد أدركت أبعاد هذا التحول. وتنتمي حوالي 69٪ من المواقع الإخبارية العشرين، التي تلقى أكبر قدر من الإقبال، إلى المجموعات الإعلامية العشرين الأولى. كما تزداد المواقع الصغرى والمستقلة إلى حد باتت تشكل "حركة قوية" أشبه بمجموعة كبيرة من صحف الرأي الصغيرة المحدودة الانتشار. ويكرر المعلومات معظم مواقع الانترنت التي تنشرها الصحافة التقليدية. ولاحظ أصحاب الدراسة من خلال مراقبة ثمانية مواقع إخبارية أن 32٪ من المقالات الواردة فيها مكتوبة خصيصا لنشرها على الانترنت وليست مستمدة من الصحف. وتتلخص الدراسات السابقة إلى أن الصحافة الورقية في الولايات المتحدة الأمريكية تتجه نحو الانحدار في الوقت الذي انتشرت فيه الصحافة الإلكترونية، والعكس مع الدول العربية التي مازالت المنافسة الورقية قائمة وبداية واضحة للصحافة الإلكترونية.[26]

وفي استنتاج آخر، أثبتته نفس الدراسة، وهو يثير مخاوف العاملين في مجال الصحافة اليومية وشبكات التلفزيون والإذاعات، أن الصحافة الأمريكية والأخبار التلفزيونية خلال السنوات الأخيرة أثارت أزمة مع تراجع الثقة بها لدى الرأي العام وانحسار جمهورها، وهو ما يدفع الأمريكيين إلى اللجوء إلى الانترنت لاستقاء الأخبار، رغم أن معظم هذه المواقع تابع للصحف، ومعظم القراء 72٪ ما زال يعطي الوقت نفسه لقراءة الصحف. وأوضحت الأدلة أن الانترنت هي وسيلة الإعلام الوحيدة التي يشهد جمهورها اتساعا متزايدا ولاسيما بين الشبان.[27]

وهناك مَنْ يرى أن المقارنة بين الصحافة الورقية والإلكترونية مرفوضة، وهذا من منطلق مفاده أن الصحافة الورقية صحافة بالمعنى العلمي والواقعي للكلمة، وأن الصحافة الإلكترونية مجرد وسيلة للنشر وجمع النصوص

والمقالات والأخبار والصور، وبشكل آلي مجرد من المشاعر والإبداع والفاعلية. من جهة أخرى، يرى درويش اللبان " أن العديد من الباحثين يعتبرون الصحيفة وثيقة ثقافية تاريخية حقيقة، في حين أن الكمبيوتر ليس سوى وسيلة للبحث عن أشياء معينة، كما أن الجريدة الورقية يسهل حملها وقراءتها، أما الوصلة الالكترونية فقد يصعب الوصول إليها وقد تكون عرضة للأخطاء الالكترونية، زد على ذلك التحميل البطيء للموضوعات."[28]

وفي دراسة أجرتها "ميكروسوفت" تقول: " إن العالم سيشهد طباعة آخر صحيفة ورقية في عام 2018 على الأقل في الدول المتقدمة، لذا فإنه ليس من المبالغة أن نتحدث عن إمكانية حدوث توقعات ميكروسوفت طالما سارت الأمور على وتيرتها الحالية وطالما بقيت الصحافة المطبوعة تعنى بالخبر الذي "يحترق" عليها بلغة الصحافة قبل طباعته بأربع وعشرين ساعة."[29]

أما الطرف الآخر فيرى أن الصحافة الإلكترونية مكملة لدور الصحافة الورقية والمطبوعة، وليس هناك صراع بينهما، إلا أن التمويل أصبح الآن من آليات نجاح تلك الصحف في شكلها الحديث، الذي ينعكس بالتالي على شكل وأداء الموقع من حيث تنوع أخباره وتحديثه بين الحين والآخر، فثقافة الإنترنت أصبح لها جماهيرها وشعبيتها وهي في ازدياد مستمر على العكس من قراء الصحف والكتب.[30]

وفي افتتاحية لإحدى المجلات العربية، كتب رئيس تحريرها حول نفس الموضوع قائلا: "مع أنه من المبكر جداً الحكم على الصحافة الالكترونية ومدى تأثيرها على مستقبل الصحافة الورقية، بالنظر إلى أن صحافة الورق لا تزال إلى اليوم سيدة الموقف، فإن ذلك لا ينسينا ما نراه في جيل الشباب من افتتان بالمواقع الالكترونية متابعة لها، واستفادة مما تضخه من معلومات بسرعة ومهنية عالية رغم حداثتها."[31]

وبناء على ما تقدم، يمكن أن نتفق مع الذين توصلوا إلى بعض الاستنتاجات الهامة والتي يمكن أن نوجزها فيما يلي:

- لم توجد وسيلة إعلامية قضت على وسيلة سابقة لها و إنما تتعايشان في ظل الخصوصية لكل واحدة.
- لقد تعودت الأجيال منذ مدة طويلة على قراءة الصحف المطبوعة وهذا يجعل من الصعب التخلي عن هذه العادة، على الأقل على المدى المنظور.
- الانترنت لا تستطيع أن تقضي على الصحافة الورقية بل ستفيدها من خلال ما تقدمه من معلومات و خدمات تسهم في تطوير أدائها و تسهيل عمل طاقمها، فكل وسيلة تكمل الأخرى.

ورغم كل الانتقادات الموجهة للصحافة الالكترونية إلا أن قدراتها و إمكانياتها قد أهلتها لإعادة تشكيل عالم جديد للإعلام و الاتصال، فلكل وسيلة إعلامية جمهورها ولكل عصر متطلباته. والإنسان العاقل هو الذي يجمع بين متطلبات المعاصرة وأهمية الأصالة.

الصحفيون والتطورات التكنولوجية الراهنة.

يرى "جون بافيليك"*John Pavlik* في مقال له بعنوان " الرسول هو وسائل الإعلام: وسائل إعلام جيدة، قواعد جديدة " أن شبكة الانترنت تشكل تحديا ضخما لمؤسسات الإعلام التقليدية، و هو تحدي من نوع جديد يساعد الجمهور و يعيد تحديد دور الصحفيين في المجتمع[32] و يضيف "إيدن وايت":"أن الصحفيين يجب أن يكونوا على حذر، وهم في عجلة للحاق بالأحداث المهمة. حتى لا يتأثرون بالتحيزات البغيضة للمعتوهين أو تخدعهم المعلومات الزائفة التي تنشر حول الانترنت".[33]

لقد ألغى الصحافيون الجدد الذين اتخذوا من صفحات الواب مساحات لنشر أخبارهم كل القواعد التي قامت عليها الصحافة، كما أزاحوا من طريقهم كل النظريات التي توجه العمل الصحفي في مختلف وسائل الإعلام التقليدية.

بالفعل، أصبح الصحفيون العاملون في الصحف الالكترونية معترفا بهم لكونهم يشتغلون في مهنة الصحافة تماما كما هو الحال بالنسبة للصحفيين التقليديين. فلا فرق بينهم سوى في الحامل الذي يعملون عليه، وأصبح بإمكانهم الحصول على بطاقة المهنة.

وعلى سبيل المثال، في سنة 2001 صرحت لجنة بطاقات الصحفيين (*CCJP*) بأنها قدمت الآلاف من البطاقات المهنية منها 600 بطاقة للصحفيين العاملين على الصحف الالكترونية. و هذا يعني اعترافا حقيقيا بالصحفيين العاملين على الصحف الالكترونية، مثلهم مثل صحفي الصحافة المكتوبة و يملكون نفس الحقوق، وربما نفس الواجبات، ولكن منح بطاقة مهنية لصحافي الجريدة الالكترونية يتم وفق شروط معينة، وهي كما يلي:

- **أن تكون 51 بالمئة من مداخليه تأتي من العمل في الصحافة.**
- **أن يتوفر في مديره أو الهيئة التي يعمل فيها مواصفات المؤسسة الصحفية التي تطبق قوانين الصحافة.[34]**

❖ **خصائص الصحافة الالكترونية.**

يكفي أن الصحافة الإلكترونية تتمتع في الغالب، بالحرية الكاملة التي يتمتع بها القارئ والكاتب على الإنترنت على خلاف الصحافة الورقية التي تكون في العادة قد تم تعديل مقالاتها من قبل الناشر أو رئيس التحرير حتى تلائم السياسة التحريرية للصحيفة، بالإضافة إلى مجموعة من المميزات التي يمكن تلخيصها كالتالي:[35]

1. التفاعلية: وهي مدى قدرة الشخص على الدخول في معالجة إعلامية بصفة نشطة من خلال التفاعل مع الرسائل الإعلا مية أو المعلنين.[36] وتعني أيضا الاتصال في اتجاهين بين المصدر والمتلقي أو بصفة أوسع الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر والمتلقين.[37] كما أنها تعرف أيضا على أنها: إمكانية التواصل والتفاعل بين المستعمل والجريدة الورقية التي تقدم إعلاما.[38]

فالاتصال عبر الحاسبات يقدم أشكالا متعددة من التفاعلية، مثل البحث عن المضامين وإتاحة رد الفعل أو رجع الصدى للمواقع الإعلانية، وبالمقارنة بوسائل الإعلام المطبوعة والإذاعة، فان مستخدمي الانترنت يسهل عليهم الاتصال بالقائمين بالاتصال من خلال قوائم البريد الالكتروني ذات الوصلات الفائقة للمحررين والمخرجين.

واليوم، وبالإضافة للبريد الالكتروني، تقوم المواقع الإخبارية الالكترونية بتجريب أساليب مختلفة لقنوات رد الفعل، مثل:الخطابات الالكترونية إلى المحرر، وغرف الحوار الحي، واللوحات الإخبارية، وندوات النقاش، والأسئلة الموجهة إلى الخبراء.[39]

2. الجاذبية الناتجة عن التعامل مع أكثر من ساحة، إذ يتمكن المتصفح لها من قراءة الأحداث و مشاهدتها و الاستماع إليها في آن واحد.

3. السرعة في تلقي الخبر العاجل في وقته مشفوعا بفيلم الفيديو معزز بصور حية، مما يدعم مصداقية الخبر و ذلك بدلا من الانتظار إلى اليوم الموالي لقراءة العدد الجديد من الصحيفة اليومية.
4. التحرر من مقص الرقيب الذي قد يمنع نشر بعض الأخبار أو الصور في الصحف.
5. الاقتصاد في النفقات بالاستغناء عن أطنان الورق و مستلزمات الطباعة المستخدمة في الصحافة الورقية. وإعفاء القارئ من دفع ثمن الصحف التي يطلع عليها. بينما لا يحتاج من يرغب التعامل مع الصحافة الإلكترونية، سوى لجهاز كمبيوتر ومجموعة من البرامج التي يتم تركيبها لمرة واحدة.
6. حماية البيئة من الكميات الهائلة من الصحف المقروءة المطبوعة بالأحبار السامة، ومن ضجيج مطابعها و فضلات صناعتها.
7. إمكانية الاطلاع على عدد من الصحف بدلا من الاكتفاء بالصحيفة الواحدة.
8. تجاوز حاجز المكان و إمكانية الاطلاع على الصحف الأجنبية بصرف النظر عن بعد مكان صدورها.

9. سرعة وسهولة تداول البيانات على الإنترنت بفارق كبير عن الصحافة الورقية التي يجب أن تقوم بانتظارها حتى صباح اليوم التالي.

10. حدوث تفاعل مباشر بين القارئ والكاتب، حيث يمكنهما أن يلتقيا في التو واللحظة معاً.

11. أتاحت الصحافة الإلكترونية إمكانية مشاركة مباشرة للقارئ في عملية التحرير. من خلال التعليقات التي توفرها الكثير من الصحف الإلكترونية للقراء، بحيث يمكن للمشارك أن يكتب تعليقه على أي مقال أو موضوع، ويقوم بالنشر لنفسه في نفس اللحظة.

12. التكاليف المالية الضخمة عند الرغبة في إصدار صحيفة ورقية بدءاً من الحصول على ترخيص مروراً بالإجراءات الرسمية والتنظيمية.

بينما الوضع في الصحافة الإلكترونية مختلف تماماً حيث لا يستلزم الأمر سوى مبالغ مالية قليلة لتصدر الصحيفة الإلكترونية بكل سهولة.

13. عدم حاجة الصحف الإلكترونية إلى مقر موحد لجميع العاملين، إنما يمكن إصدار الصحف الإلكترونية بفريق عمل متفرق في أنحاء العالم.[40]

14. الآنية: أجبرت الصحافة على الخط الصحفي على المعايشة المستمرة للأحداث والمتابعة الآنية لما يستجد من معلومات وسهلت عملية التدخل لتجديد المحتوى.[41]

هذه المميزات وغيرها مثلت بالفعل تحديا للمؤسسات الصحفية، وأرغمها على ضرورة مواكبة هذا التطور التكنولوجي و تحديث منتجاتها حسب ما يخدم لغة العصر، و هذا بالفعل ما جعل معظم الصحف تتواجد على الشبكة بمختلف أشكالها، سواء بشكل مخالف عن النسخة المطبوعة أو كصورة الكترونية طبق الأصل عن الصورة المطبوعة.

❖ **جمهور الصحافة الالكترونية.**

***Bildunterschrift*: في خطوة تعكس مدى الاهتمام بالصحافة الإلكترونية الوليدة، قام الصحفي "أحمد عبد الهادي" رئيس تحرير جريدة شباب مصر الإلكترونية، بتأسيس اتحاد دولي للصحافة الإلكترونية في القاهرة. ولقد أظهرت النشاطات والندوات التي ناقشت هذا الموضوع على الساحة العربية خلال العامين الماضين مدى الاهتمام بمستقبل الصحافة في ظل التطور المذهل لشبكة الإنترنت، وذلك بالرغم من أن عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية منخفض نسبيا حيث يصل إلي حوالي 7.5% من إجمالي عدد السكان في الشرق الأوسط، في حين يصل في بعض المناطق مثل أمريكا الشمالية إلي 67.4% ، وأوروبا إلي 35.5% طبقا لأحدث الإحصائيات.[42]**

هذا على الرغم من أن عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية قد تجاوز 7 ملايين أي أكثر من 25 مليون مستخدم عام 2005، إلا أن ذلك لا يمثل سوى 1.3% من إجمالي عدد مستخدمي الشبكة الدولية للمعلومات في العالم. ورغم انتشار آلاف مقاهي الإنترنت في المدن العربية، والمترافق مع الحضور المعتبر للصحافة العربية على الإنترنت. إلا أن ذلك لا يتمشى مع النمو المتسارع للصحافة الإلكترونية عالمياً، علماً بأن أعداد الصحف العربية الورقية لا تتناسب أساساً مع عدد سكان الدول العربية.[43]

وفي دراسة للباحثين "فايز بن عبد الله الشهري" و "باري قنتر" تم الاعتماد فيها على نتائج استجابات عينة من قراء الصحف الإلكترونية العربية. ذكرت الدراسة بعض خصائص قراء الصحف الإلكترونية العربية من حيث إنهم في الغالب ذكور وشباب، ويشكل الطلبة والمهاجرون العرب حول العالم نسبة كبيرة منهم. وأن ما يزيد على نصف العينة يقرون بأنهم يتصفحون الصحف الإلكترونية بشكل يومي، ويعود سبب رضاهم وإقبالهم على الصحافة الإلكترونية إلى أنها متوفرة طوال اليوم، وإمكانية الوصول إليها مباشرة ولا تحتاج إلى دفع رسوم إضافية، كما أنها تمكنهم من متابعة الأخبار من أي مكان وعن أي بلد مهما تباعدت مواقعهم. برغم أن كثيراً من المبحوثين قد أشاروا إلى صعوبات فنية عند تصفح بعض مواقع الصحف، أو مشكلات عدم الرضا عن المحتوى الرسمي لبعض الصحف، إلا أن نسبة كبيرة من القراء أبدوا مستوى معقولاً من الرضا عن هذه الصحف.[44]

فالصحافة الموجودة على الإنترنت تتنافس فيما بينها، من أجل تقديم فكر متميز يجذب أكبر عدد ممكن من القراء والباحثين. وهذا التنافس الشريف الذي كان لوقت قريب ورقياً، قد أصبح اليوم ورقياً وإلكترونياً عبر شبكة الإنترنت، خاصة في ظل تعاظم القدرات الاقتصادية وتأسيس العديد من المؤسسات الصحافية. وتزايد عدد الإصدارات بإمكانيات تفوق مثيلاتها في الدول العربية الأخرى. فقد انتقلت لتصبح منافسة في الرأي والتحليل عبر استقطاب أهم الأقلام المحلية والعربية والعالمية.

هوامش الفصل

[1] – أحمد عبد الهادي، الصحافة الالكترونية، الواقع والتحديات...

Source : Htm://www.ijnet_article/newarticle.arg-trms-htm

(33Ko(Consulté le: 04-03-2008

[2] – محمد شادي كسكين، مرجع سابق

[3] - محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، السحاب للنشر والتوزيع، 2005، ص 158.

[4]- حسين شفيق، الإعلام الالكتروني، دار الكتب العلمية للنشر و التوزيع، 50 شارع الشيخ ريحان، عابدين القاهرة، 2005، ص39.

[5]- درويش اللبان، الصحافة الالكترونية دراسات تفاعلية وتصميم المواقع، ط1 الدار المصرية اللبنانية، 2005، ص41.

[6]- ماجد راغب الحلو، مرجع سابق، ص82.

[7]- مي العبد الله سنو، الاتصال في عصر العولمة، الدور والتحديات الجديدة ،الدار الجامعية للطباعة والنشر، بيروت،1999، ص83.

[8]- حسين شفيق، الوسائط المتعددة وتطبيقاتها في الإعلام، ط2، رحمة برس للطباعة والنشر، 2006، ص 182.

[9]- جمال بوعجيمي، بلقا سم بروان، الصحافة الالكترونية في الجزائر واقع و آفاق، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2005 ، ص07.

[10]- درويش اللبان، مرجع سابق، ص26.

[11]- جمال غيطاس، الصحافة الالكترونية في المؤتمر الرابع للصحفيين...

Source: http://www.geocities.com/askress2009 (accessed 11/04/2008)

[12] – حسين شفيق، الإعلام الالكتروني، مرجع سابق، ص47.

[13] – يمينه بلعاليا، الصحافة الالكترونية في الجزائر، بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، مذكرة لنيل شهادة الماجستير قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص 162.

[14] – محمد لعقاب، مرجع سابق، ص94.

[15] – محمد العابد، مرجع سابق.

[16] – محمد لعقاب، مرجع سابق، ص98.

[17] – نفس المرجع، ص 98.

[18] – محمد العابد، مرجع سابق.

[19]- حسين شفيق، الإعلام الالكتروني، مرجع سابق، ص 54-55.

[20] – يترجم بعض الكتاب العرب هذه الكلمة *readability* بالمقروئية ويؤثر آخرون ترجمتها بالإنقرائية، ولكل سنده، ولقد أثرنا استخدام هذه الترجمة لكونها أقدم وأكثر شيوعا ونحسبها أدق لغة . وللمقروئية تعريفات كثيرة لا محل لتفصيل القول فيها هنا، إلا أن التعريف الأكثر دقة لها هو ما قدمه "ديل وشال" ومؤدي هذا التعريف "إن المقرونية هي المحصلة النهائية لعدد من العناصر التي تشتمل عليها مادة مطبوعة بما في ذلك أشكال التفاعل بين هذه العناصر و التي تؤدي إلى نجاح عدد من القراء في الاتصال بها ، ويقاس هذا بمدى فهم القراء هذه المادة ومدى سرعتهم في قراءتها فضلا عن ميلهم تحوها انظر، رشدي أحمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2004، ص 58-59.

[21]– حسين شفيق، مرجع سابق.

[22]- حسين شفيق، مرجع سابق، ص 39.

[23]– بحسب التقرير الصادر مؤخرا في واشنطن بعنوان: حالة وسائل الإعلام الإخبارية، عام 2006.

[24] – محمد العابد، مرجع سابق.

[25] – مشعل الحميدان، منتديات السعودية تحت المجهر، مستقبل الصحافة الإلكترونية غير واضح أمام الناشرين العرب...

Source:http://www.alriyadh.com/2005/01/22/img/221061.jpg (accessed 17-02-2008)

[26] – نفس المرجع.

[27] – مشعل الحميدان، مرجع سابق.

[28]- درويش اللبان، مرجع سابق، ص32-33.

[29] – بندر العتيبي، الرقي أسبوعية متخصصة، العدد 142 من النسخة الالكترونية

Source: http:/www. alhazmiah.wordpress.com/ (accessed 04-03-2008)

[30]- نفس المرجع.

[31]– مستقبل الصحافة التقليدية مقابل الإلكترونية/ المؤتمر العالمي للصحف2007.

[32]- محمود علم الدين، مرجع سابق، ص 283-284.

[33]- نفس المرجع، ص286.

[34] – ماجد راغب الحلو، مرجع سابق، ص83.

[35]- نفس المرجع، ص83.

[36] – خالد زعموم، السعيد بومعيزة، التفاعلية في الإذاعة، أشكالها ووسائلها، سلسلة وبحوث ودراسات إذاعية، تونس، 2007، ص 28.

[37] – نفس المرجع، ص28.

[38] – جمال بوعجيمي، بلقا سم بروان، مرجع سابق، ص13.

[39] – درويش اللبان، مرجع سابق، ص 92.

[40]- بندر العتيبي، مرجع سابق.

[41] – جمال بوعجيمي، بلقا سم بروان، مرجع سابق، ص12.

[42] – جمال غيطاس، مرجع سابق.

[43]- حسين شفيق، الإعلام الالكتروني، مرجع سابق، ص52-53-54.

[44]- هيئة تحرير راديو عمان نت، أخلاق مهنة الصحافة الالكترونية...

Source:http://www.aljazeeratalk.net/forum/showthread.php

((accessed 17-10-2007

الفصل الثاني

مشاركة الأفراد في مضامين وسائل الإعلام الجديدة عبر التواصل الاجتماعي الإلكتروني

لقد عرفت البشرية منذ فجر التاريخ عدة تطورات وتحولات اجتماعية، كان أبرزها على الإطلاق، التطور والتحول الحاصل في المجتمعات المعاصرة بفعل تكنولوجيات الاتصال الحديثة، و التي غيرت تقريبا كل نواحي الحياة، و أثرت في معظم أنشطتها، حيث اقتحمت وسائل الاتصال هذه كل مجالات الحياة، وأجبرتها على التعامل معها كواقع لابد منه، وعلى التفكير في كيفية إدماجها في أنشطتها وأعمالها.

و"نجد أن تكنولوجيا الاتصال قد نمت و تطورت وتمكنت من المساهمة في تطوير الحضارة الإنسانية و رقي الجنس البشري، وبوجه خاص ومنذ منتصف الثمانينات، حيث نجد أن العالم يمر بمرحلة تكنولوجية اتصالية جديدة تكاد التطورات التي تحدث فيها أن تعادل كل ما سبق من تطورات في المراحل السابقة، حيث يكاد يتغير شكل وأسلوب عمل وسائل الاتصال، إضافة إلى ظهور وسائل جديدة كان لها آثارها الاتصالية"[1].

[1] محمود علم الدين(2005م). تكنولوجيا المعلومات والاتصال و مستقبل صناعة الصحافة، القاهرة: دار السحاب، ص138.

فلم يسبق وأن عرف المجتمع البشري تطورات سريعة الوتيرة كما يحصل الآن، على كل المستويات الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، والثقافية؛ فأدت الكثير من التقنيات و الوسائل المستحدثة إلى إلغاء سابقاتها و إزالتها بشكل كلي من المجتمع.

"إن عصر الإعلام الكوني ألغى حواجز العزلة بين الحضارات، كما أن السرعة المتزايدة والفائقة والمستمرة التي تدور بها اليوم عجلة تطور تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات دفعت العالم إلى الانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات لتعصف ثورة المعلومات والتكنولوجيا متعددة الوسائط جوانب الحياة كافة، في التجارة والسياسة والتربية والتعليم إلى التسلية و الألعاب"[1]؛ ومن الوسائل الاتصالية التي ميزت هذا العصر وأحدثت القدر الأكبر من التأثير والتغيير، شبكة الانترنت العالمية، التي تختلف كثيرا عن وسائل الاتصال التي سبقتها، سواء من حيث استعمالاتها، خدماتها، عدد مستعمليها، أو انعكاساتها و تأثيراتها على مختلف المجالات، وقد قامت باختزال كل الوسائل الإعلامية و الاتصالية الأخرى و احتوائها، فيمكن اليوم من خلالها الاطلاع على كل صحف وجرائد العالم، ومشاهدة كل القنوات التلفزيونية الدولية، والاستماع لكل القنوات الإذاعية،

[1] مجد هاشم الهاشمي(2001م). الإعلام الكوني و تكنولوجيا المستقبل، عمان: دار المستقبل ، ص09.

و يمكن كذلك الاتصال مع الآخرين مهما كان مكانهم في كل أنحاء الكرة الأرضية التي يتوفر فيها الربط بالشبكة العنكبوتية، إلى غير ذلك من المجالات الأخرى التي لحقها تأثير الانترنت ووسائل الاتصال المختلفة، والتي جعلت عالم اليوم يعيش"ثورة

جديدة من نوع خاص، فاقت في إمكاناتها و آثارها كل ما حققه الإنسان من تقدم حضاري خلال وجوده على الأرض"[1]، فالتقدم الحاصل في النصف الثاني من القرن العشرين، قد يعادل كل الفترة السابقة التي عاش فيها الإنسان، و تعوض كل ما توصل إليه؛ و إذا كانت وسائل الإعلام الأخرى مجتمعة قد أحدثت جزءا كبيرا من هذا التغيير والتأثير على حياة الأفراد، فإن الانترنت عندما ظهرت قد تجاوزت كل هذه الوسائل، وأصبح تأثيرها يعادل بل يتجاوز تأثير كل الوسائل الأخرى، نظرا لتميزها بخصائص كثيرة و إتاحتها لخدمات واستعمالات متعددة، لم تكن موجودة من قبل فشبكة "الانترنت ليست كغيرها من وسائل الإعلام، فهي كونية وعالمية (***mondial et universel***)"[2] ، ومتاحة لكل الأفراد دون استثناء، صغيرهم و كبيرهم ذكرهم و أنثاهم؛ و الشيء المهم الذي جعلها تتميز عن وسائل الإعلام الأخرى، هو طابعها التفاعلي، فالمستعمل يمكنه أن يشارك في مضمونها،

---

[1] عيسى عيسى العسافين(2001م).المعلومات و صناعة النشر، دمشق:دار الفكر، ص 42

[2] *J-J bertolus, Renaud de la baume(1997). la révolution sans visage, paris : Belfond,. p.08.*

و يضيف أو يغير أي شيء، ويمكنه أن يختار الخدمة التي يشاء. و من الخدمات التي نالت القدر الأكبر من اهتمام الأفراد واستحوذت على نسبة هامة من استعمالاتهم ومن الأوقات التي يقضونها في الشبكة، خدمة المحادثة الالكترونية، فقد أثبتت عدة دراسات أجريت في عدة بلدان حول استخدامات الانترنت، أن هذه الخدمة تتصدر قائمة الخدمات المستعملة بكثرة، وحتى في واقعنا اليومي نلاحظ أن الأفراد الذين يزورون مقاهي الانترنت، معظمهم لا يستعملونها إلا من اجل المحادثة الالكترونية والتواصل الاجتماعي.

كما ظهرت العديد من التقنيات و التطبيقات الاتصالية على شبكة الانترنت بالخصوص، بدءا بمواقع الشبكة الاجتماعية (***social network sites***)، والبريد الالكتروني و غرف الحوار و التراسل النصي، وبرمجيات التواصل المباشر، والقوائم البريدية، وصولا إلى الأشكال العديدة للصحافة الالكترونية، كالمواقع التكميلية لوسائل إعلامية، المواقع الفردية الشخصية، المدونات الالكترونية (***les blogs***)، و المواقع التساهمية...الخ.

وقد جاءت الصحافة الالكترونية كنتيجة للتطورات الحاصلة في تقنيات النشر الالكتروني على شبكة الانترنت، بمختلف الأشكال والتطبيقات والمواقع، وتقنيات البث الإذاعي أو التلفزيوني على الشبكة؛ وإذا كانت هذه الأشكال من النشر و البث - في البدايات الأولى لشبكة الانترنت- ترتبط بالمؤسسات و الهيئات، سواء كانت إعلامية، أو ثقافية أو علمية الخ، فإن الجيل الثاني للانترنت (web 2.0) يتيح إمكانية القيام بعملية النشر الالكتروني و البث بشكل مستقل عن المؤسسات، أي أن الأفراد المستعملون العاديون بإمكانهم القيام بالكتابة و النشر الالكتروني (عبر تقنيات عديدة كالمدونات الالكترونية، المنتديات الالكترونية للمحادثة، مواقع الشبكة الاجتماعية، الصفحات الشخصية، المواقع التساهمية *les sites participatifs*، مواقع الويكي *Wiki*، ...) وكذلك القيام ببث تسجيلات فيديو سمعية بصرية (عبر مواقع بث الفيديو، تقنية البودكاست، المدونات الالكترونية السمعبصرية، ...)؛ فالمستعمل أصبحت لديه إمكانية ليس فقط للمشاركة الجماعية في تقنيات لخلق المحتوى، و لكن حتى الإنتاج الفردي لهذه المضامين و التحكم فيها و في بثها بصفة فردية.

وهذه الظواهر قد تم التعبير عنها في الأوساط الأكاديمية و الإعلامية بعدة مصطلحات، مثل النشر الالكتروني الفردي أو الشخصي، المحتوى الذي ينتجه المستعملون (*UGC :user generated content*)، الصحافة التشاركية (*le journalisme participative*)، الصحافة البديلة (*alternative journalism*)، ...و غيرها من التسميات التي تتعدد في مصطلحاتها، وتتفق في مفاهيمها لتشير إلى تلك التقنيات التي تتيح للمستعمل القدرة على المشاركة أو صناعة المضامين (الإعلامية) بمختلف أشكالها، ونشرها عبر مختلف الوسائل الإعلامية.

وبذلك ساهمت هذه التطورات في نشوء ما يسمى بالصحافة التفاعلية، التي تعطي فرصة للقارئ أو جمهور الوسيلة الإعلامية على العموم، لإبداء رأيه و اقتراحاته و ملاحظاته، المتعلقة بمحتوى الوسيلة وبمختلف الأحداث، فمن خلال شبكة الانترنت يمكن للقارئ أن يتواصل مباشرة مع الصحيفة ويناقش القائمين عليها، من محررين و صحفيين، فأصبح رجع الصدى يمكن الصحف من التعرف على آراء و توجهات القراء بصفة آنية عكس ما كان عليه الحال في الصحافة التقليدية الورقية؛ وقد شكل هذا بداية مرحلة " تدخل جمهور الوسيلة الإعلامية في مضمونها"، و مساهمته في محتواها بشكل غير مباشر، أي من خلال الإيحاء و الاقتراح و إبداء الملاحظات والتعليقات لمسيري الصحيفة، والذين يقومون بدورهم بإحداث التغييرات التي تلبي احتياجات ورغبات القراء و الجمهور، وهذا التواصل يتم عبر عدة تقنيات للتواصل على الشبكة،

من أبرزها الوسائل الاجتماعية ومنتديات المحادثة الالكترونية، التي وضعت جسرا ليس فقط بين الأفراد وإنما حتى بين الجمهور ووسائل الإعلام.

ولذلك يمكن أن نقول أن منتديات المحادثة الالكترونية، هي عبارة عن فضاء اتصالي استطاع أن يستقطب العديد من الأفراد في وقت قياسي، فرغم أنها مجرد خدمة توفرها شبكة الإنترنت، إلا أنها استطاعت فعلا أن تنافس وسائل إعلامية بأكملها، و تمكنت من صرف أنظار عدد لا بأس به من الجمهور، و جعله يقضي أوقاتاً كبيرة فيها، وقد كان التخوف في الماضي من شبكة الانترنت بأكملها، من إمكانية منافستها وسائل الإعلام الأخرى، خاصة مع ظهور الصحافة الالكترونية، وإمكانية مشاهدة القنوات التلفزيونية والاستماع للقنوات الإذاعية وقراءة الصحف و المجلات الالكترونية، ومع استقطاب شبكة الانترنت لنسبة هامة من الإعلانات وعدد كبير من المستعملين، أما الآن و مع تطور العديد من خدمات وتطبيقات الشبكة العنكبوتية، فقد أصبح التخوف من هذه الخدمات، لأن خدمة واحدة قد تنافس وسائل الإعلام الأخرى بأكملها وتصرف عنها أعداد كبيرة من المستعملين وقدر كبير من الاشهارات؛والأكثر من ذلك أن خدمة المحادثة الالكترونية قد أصبحت تنافس حتى الخدمات الأخرى للانترنت، بحيث أنها استحوذت على اهتمام معظم مستعملي شبكة الانترنت، فكما قلنا من قبل فإن العديد من الدراسات أثبتت أن النقاش والتواصل الالكتروني هو أول وأكثر الخدمات التي تستعمل لأجلها شبكة الانترنت.

وإذا كانت وسائل الإعلام الأخرى قد أحدثت تأثيرات مختلفة على الأفراد المتعرضين لها وعلى المجتمع، فنحن نحاول من خلال هذه الدراسة أن نتعرف على التأثيرات و الانعكاسات التي أحدثتها المحادثة الالكترونية، وأهم الاستعمالات التي يستخدم من أجلها الأفراد هذه المنتديات الالكترونية، ومن دون شك أن لها انعكاسات كثيرة سواء كانت ايجابية

أو سلبية، خاصة وأن المعروف عن مستعملي هذه الخدمة، أن غالبيتهم من الشباب و المراهقين، وبالتالي فان هذه الفئة مدمنة على الدردشة الالكترونية بشكل كبير، مما يجعل نسبة أوقاتهم المستغرقة في عدة أمور أخرى تتقلص مع مرور الوقت، كالوقت المخصص للدراسة، النوم، العمل، الجلوس مع الأهل و الأصدقاء، إلى غير ذلك من الأشياء التي تتغير بفعل الهوس بالدردشة الالكترونية.

❖ إشكالية الدراسة:

تعتبر الإنترنت وسيلة اتصالية، لم تعرف البشرية مثلها من قبل سواء من حيث تطبيقاتها واستخداماتها، أو من حيث تأثيراتها و انعكاساتها، فهي وسيلة قامت باختزال كل الوسائل الاتصالية التي سبقتها، أو على الأقل قامت باحتوائها، فمثلا نجد كل من التلفزيون الهاتف، الإذاعة، والصحف وغيرها من الوسائل الإعلامية قد أصبحت متاحة على الشبكة العنكبوتية، فأي شخص يمكنه اليوم أن يطلع على الصحف الصادرة في العالم، والاستماع لأي قناة إذاعية أو مشاهدة أي قناة تلفزيونية، كما يمكنه الاتصال بأي شخص في العالم و في أي مكان يتوفر فيه الربط بشبكة الإنترنت.

وعليه فإن شبكة الإنترنت قد أحدثت ثورة في مجال الاتصالات، لم يكن يتوقعها حتى الذين قاموا بتصميمها و إنشائها، فلم يبق مجال من مجالات الحياة إلا و أثرت فيه، فتغيرت بذلك طريقة عيش الإنسان، في عمله، دراسته و كذلك طريقة تفاعله مع غيره و اتصاله بهم، فخدماتها المتعددة جعلتها تلقى إقبالا كبيرا لدى كل شرائح المجتمع، ولاسيما خدمات الاتصال كالبريد الالكتروني و المحادثة الإلكترونية و التواصل عبر مواقع الشبكة الاجتماعية (فايسبوك ***facebook***، ماسبايس ***myspace...***).

وقد أثبتت عدة دراسات أجريت حول استخدامات الإنترنت، أن الخدمة الأكثر استعمالا هي خدمة المحادثة الإلكترونية، نظرا لما توفره من إمكانية التواصل مع أي شخص في العالم بصفة متزامنة بالنص والصوت والصورة كأنه بالقرب منا، بالإضافة إلى إمكانية الاتصال بعدة أشخاص في نفس الوقت. وهي خدمة لم توفرها أي وسيلة اتصالية من قبل، مما جعل الناس يقبلون عليها ويستخدمونها إلى حد الإدمان عليها، أو كما يقول (فيليب بروتون) إلى درجة الثمالة بفعل الاتصال"(***ivresse de communication'l***)[1].

[1] *Philippe Breton(2000).le culte de l'Internet, une menace pour le lien social, Paris:la découverte,.p.09*

وبدخول الإنترنت إلى الجزائر، و شيوع استخدامها لدى معظم شرائح المجتمع فقد أصبح معظم المستخدمين يداومون باستمرار على استعمال منتديات المحادثة الإلكترونية، إلى درجة أن غدا الكثير ممن لهم ثقافة محدودة في المجال المعلوماتي يظنون أن الإنترنت تقتصر فقط على هذه الخدمة، وهذا ما يثير الاستغراب، فالإنترنت توفر عدة خدمات هامة بخلاف الدردشة، يمكن استغلالها في عدة مجالات.

ومما يلاحظ في الجزائر أن الإقبال على منتديات المحادثة الإلكترونية كان من طرف مختلف الفئات والمستويات، الشيء الذي استرعى اهتمامنا وجعلنا نتساءل عن أسباب ودوافع هذا الإقبال الكبير على خدمة المحادثة الإلكترونية دون غيرها من الخدمات الأخرى، فلا يمكن أن يخفى على أي شخص يتردد على مقاهي الإنترنت، أن جل المستعملين يستخدمون منتديات

المحادثة الإلكترونية دون انقطاع، بالإضافة إلى مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا ما أثر على عدة جوانب من حياتهم، و لاسيما نسبة احتكاكهم واتصالهم بمحيطهم الاجتماعي، و نسبة تعرضهم لوسائل الإعلام الأخرى، فأصبح بعض الأفراد يتواصلون لساعات مستمرة مع أصدقائهم "الافتراضيين" دون أن يجلسوا مع أفراد أسرتهم و لو لساعة واحدة، فتغيرت بذلك عدة نواحي في حياتهم، مثل مدة الدراسة، مدة النوم، مدة العمل، والكثير من السلوكيات والعادات الأخرى.

وبحكم أن كل وسائل الإعلام و الاتصال قد أحدثت تأثيرات وانعكاسات مختلفة على الفرد و المجتمع، سواء ما كان ايجابيا أو سلبيا، فقد تساءلنا نحن حول إمكانية إحداث هذه الخدمة(المحادثة الالكترونية) لانعكاسات على غرار الوسائل الأخرى بمختلف خدماتها، ونظرا لأن الأثر هو نتيجة للاستخدام، فلابد من التعرف على طبيعة الاستعمالات المختلفة لهذه المنتديات، لكي يتم التعرف على الآثار و الانعكاسات المترتبة عنها.

وبناء على هذا الطرح فإن إشكالية دراستنا هذه تمحورت كما يلي:

"ما هي دوافع استخدام منتديات المحادثة الإلكترونية، و ما هي انعكاساتها على مجال الاتصال بصفة خاصة وعلى المجتمع بصفة عامة ؟ "

وتحت هذه الإشكالية يمكن إدراج مجموعة من التساؤلات :

- ما هي الفئات الأكثر استخداما لمنتديات الدردشة ؟
- ما هي الحاجات التي يسعى مستعملو الإنترنت إلى إشباعها من خلال المحادثة الإلكترونية؟
- ما هي المجالات التي تستخدم فيها منتديات المحادثة الإلكترونية؟
- ما هي أسباب استعمال منتديات الدردشة الإلكترونية أكثر من خدمات الإنترنت الأخرى ؟

- ما هي الانعكاسات والآثار المترتبة عن استعمال منتديات الدردشة الإلكترونية ؟
- هل أثر استخدام منتديات المحادثة الإلكترونية على استخدام وسائل الإعلام الأخرى؟
- هل لعبت منتديات المحادثة ومواقع الشبكة الاجتماعية دورا في نشأة نمط صحافة المواطن؟

❖ أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في طبيعة الظاهرة التي تتناولها، ووقعها على المجتمع، والتي تنامت بشكل كبير وملفت للانتباه، خاصة بين أوساط الشباب والمراهقين، وعليه فإنه من الأهمية بمكان أن نجري دراسة في الجزائر، للتعرف على سمات و خصائص المدر دشين والأسباب والدوافع الكامنة وراء إقبالهم الكبير على منتديات الدردشة دون غيرها من الخدمات، و كشف مختلف الانعكاسات التي تنجر عن هذا الاستعمال، سواء ما كان منها ايجابيا أو سلبيا.

وتبرز كذلك أهمية هذه الدراسة إذا ما علمنا بعدم وجود أي دراسة في الجزائر تتناول هذه الظاهرة، و على العكس من ذلك فقد لقي هذا الموضوع اهتماما كبيرا في الدول الأجنبية، من طرف الباحثين من مختلف التخصصات العلمية (علم النفس، علم الاجتماع، علوم الإعلام و الاتصال، علم النفس الاجتماع...)

و في مختلف الجامعات و مراكز البحث(مثل الدراسات التي قامبها كل من:***Zmud&Ellul*** ،***Kiesler&Sproul*** ***Spears&Lea*** ،***F.Martin*** ،***Sherry*** ***Charles*** ،***Veldovska Julia*** ،***Michel Marcoccia*** ،***Turkle*** ***Beaudoin***،***Philippe Hert*** ،***Patrice Flichy...***).

وقد تم تصميم بعض البرمجيات خصيصا لدراسة منتديات النقاش الإلكتروني و تحليل مضمونها مثل:"***wordmapper*** ،***websom*** ،***pdgarden*** ،***webfan***"[1]، وكما يقول (جورج.م وصوفيا ا) فإن الانترنت تعتبر مجالا هاما للبحث، من خلال دراسة مواضيع و ظواهر متعلقة باستخداماتها و انعكاساتها(***uses and implications***)[2] ، وهذا ما يبين المكانة التي تحتلها هذه المواضيع في البحوث و الدراسات الاجتماعية.

ويمكن لهذه الدراسة أن تدرج ضمن "المجال المعرفي الجديد نسبيا والذي يعرف ب ***social informatics*** أو المعلوماتية الاجتماعية-إن صح التعبير- وهي البحوث والدراسات التي تتناول تأثير تطبيق واستعمال تكنولوجيات المعلومات والاتصالات على النسق الاجتماعي، أو التغيرات الناتجة عن تطبيق واستعمال تكنولوجيات المعلومات و الاتصالات"[3].

[1] Jacques A.C.Papi, B.Coulibaly : "le chercheur et son forum, un point de méthode" congres international AREF .2007strasbourg 2007.p5

[2] Sofia A. George M. (2008) « youth and the internet: uses and practices in the home» computer &education. 10-1016.

[3] احمد محمد الصالح (2001/10/01). «حياة على شاشة الإنترنت» مجلة العربي، ع515،

كما يمكن أن تدرج كذلك ضمن البحوث المعروفة اختصارا

ب *CMC*(*Computer-mediated Communication*)، و بالفرنسية

(*communication médiatisée par ordinateur*)*CMO*

أو الاتصال باستخدام الحاسوب، و هو المجال المعرفي الذي يهتم بدراسة التفاعلات والاتصالات عبر الحاسوب (الانترنت)، والظواهر المتعلقة بها[1].

كما يمكن كذلك لنتائج هذه الدراسة أن تفيد المختصين النفسانيين والاجتماعيين، وتجعلهم يتعرفون على أهم الانعكاسات التي تطرأ على المدردشين، سواء على الجانب السلوكي أو الجانب النفسي أو غيرها من الجوانب الأخرى.

❖ أهداف الدراسة:

يمكن أن نجمل أهداف هذه الدراسة فيما يلي:

- **تحديد دوافع الاستخدام المفرط لمنتديات المحادثة الإلكترونية من طرف الجزائريين.**
- **محاولة حصر الخصائص العامة و الشخصية للمدر دشين الجزائريين.**
- **تحديد مكانة هذه الوسيلة الاتصالية مقارنة بالوسائل الأخرى، ومدى تغير نسبة التعرض لهذه الوسائل.**

---

[1] Francois Magenot:analyse semio-pragmatique des forums pédagogiques -pdf/pedagogique_espace/fr.3grenoble]. sur Internet. (10/2/2009)[u.3w:http

- الكشف عن الانعكاسات والتأثيرات المختلفة على مجال الإعلام وعلى الفرد والمجتمع بصفة عامة.
- تحديد طبيعة العلاقات الاجتماعية التي تتشكل في خضم المجتمعات الافتراضية، وأثرها على العلاقات الحقيقية (وجها لوجه)، وعلى تفاعل الفرد مع المحيط الاجتماعي.
- تحديد الآثار المختلفة على تصرفات و سلوكات الأفراد، والتي تغيرت بشكل يسترعي اهتمام الباحثين و المختصين، و يتطلب إجراء دراسات، فكما يقول الباحثان .Danielle V" و"j.p.lafrance" : فإن تحليل النشاطات وديناميكية سلوكيات الأفراد في مجتمع الإنترنت يعتبر مخبراً جيداً للدراسة، ومجالاً هاماً يستحق الاستكشاف والتحليل "1.

« l'art de bavarder sur Internet » réseaux_.[1] Danielle ,v. J.P.lafrance (1999) n 97, p.207.

❖ منهجية البحث:

بما أن دراستنا هذه تحاول جمع المعلومات عن خصائص وسمات المدر دشين الجزائريين، ووصف انعكاسات استعمالهم هذا وأهم الأسباب التي تدفعهم للمحادثة الالكترونية، فإننا نستطيع القول بأنها تندرج ضمن البحوث الوصفية،التي تهتم في الأساس "بشرح وتوضيح الأحداث والمواقف المختلفة، المعبرة عن ظاهرة أو مجموعة ظواهر مهمة، ومحاولة تحليل الواقع الذي تدور عليه تلك الأحداث و الوقائع(...) ومحاولة تحليل وتفسير الأسباب الظاهرية لتلك الأحداث، بقصد الوصول إلى استنتاجات منطقية مفيدة، تسهم في حل المشكلات أو إزالة المعوقات والغموض الذي يكتنف بعض الظواهر، من أجل تطوير الواقع واستحداث أفكار ومعلومات ونماذج سلوك جديدة"[1]؛ ويربط الباحث(أحمد مصطفى عمر) البحث الوصفي "بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها، وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات جديدة، إما لتصحيح هذا الواقع أو تحديثه أو استكماله وتطويره"[2].

---

[1] مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر(2007).مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في الإعلام و العلوم السياسية، الإسكندرية:دار الوفاء، ،ص 95

[2] السيد احمد مصطفى عمر(2002).البحث الإعلامي،مفهومه، إجراءاته و مناهجه،ط2، الكويت:مكتبة الفلاح، ص210.

وبناء على هذا فإن هذه الدراسة الوصفية، سنقوم فيها بدراسة واقع استخدام منتديات المحادثة الإلكترونية، و تحليل انعكاساتها باستخدام المنهج المسحي" الذي يعتبر واحدا من المناهج الأساسية في البحوث الوصفية"[1]؛ والذي يعرفه الباحث (ذوقان عبيدات) بأنه:"المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات و البيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على وضعها الحالي وجوانب قوتها و ضعفها"[2].

أما فيما يخص أدوات البحث وتقنياته، والتي يمكن اعتبارها "كوسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع"[3]، فقد اعتمدنا على أداتين، وهي الملاحظة، الاستمارة ، لأنها الأدوات التي تمكننا من جمع المعلومات المتعلقة بالمبحوثين بشكل معمق.

1) الاستمارة: تعتبر من الأدوات الرئيسية التي اعتمدنا عليها، لأنها تمكن من الحصول على المعلومة مباشرة من المبحوث دون وساطة، وحسب الكاتب (فرانسيس بال) فإن الاستمارة يمكن أن تمدنا بمعلومات غنية و دقيقة أكثر من المقابلة"[4]،

---

[1] احمد بدر(1982). أصول البحث العلمي و مناهجه، ط 6، الكويت : وكالة المطبوعات، ص 300

[2] احمد بن مرسلي(2005). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ط2،

[3] موريس أنجرس(2006).منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية،ط2، ترجمة.بوزيد صحراوي،الجزائر:دار القصبة.ص 107

[4] *Francis Balle (1999).medias et société, 9 em ed., paris : Montchrestien, , p.575*

و هذا نظرا لكون الاستمارة توفر للمبحوث الحرية في الإجابة دون إحراج؛

ويعرف الاستبيان بأنه:"تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية،

في تعبيرها عن الموضوع المبحوث، في إطار الخطة الموضوعة، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات و البيانات المطلوبة"[1].

وفيما يخص استمارة دراستنا هذه فقد قمنا بعرضها على مجموعة من الأساتذة المحكمين التالية أسمائهم:

الدكتور محمد لعقاب، أستاذ الإعلام بجامعة الجزائر، الأستاذ.كمال حجام أستاذ علوم الإعلام و الاتصال، د.غرارمي وهيبة (أستاذة بقسم علم المكتبات و التوثيق).

وبعد التعديل والتنقيح وإدراج ملاحظات المحكمين واقتراحات الباحثين، تم التوصل إلى الشكل النهائي للاستمارة التي قمنا بتوزيعها.

[1] احمد بن مرسلي:مرجع سبق ذكره، ص 220

2) الملاحظة:"هي مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب، في إطارها المتميز ووفق ظروفها الطبيعية، حيث يتمكن الباحث من مراقبة تصرفات و تفاعلات المبحوثين"[1]، و قد اعتمدنا على أداة الملاحظة في دراستنا هذه خاصة فيما يتعلق بجانب الانعكاسات والتأثيرات، و"حسب (frey) فإن الملاحظة تعتبر من بين أكثر الأدوات استخداما في دراسات الاتصال ، لما توفره من ميزة جمع عدد كبير من البيانات و المعلومات"[2]، و لذلك فقد استخدمنا الملاحظة بالمشاركة (observation participante)، للتعرف عن كثب عن استعمالات الأفراد و أنماطها.

❖ مجتمع البحث و العينة المختارة:

يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في مستعملي خدمة المحادثة الإلكترونية، وذلك في ولاية الجزائر العاصمة، وقد تم اختيار العاصمة لكونها تجمع أفرادا من عدة ولايات و من كل أنحاء الوطن، وبالتالي فإن سكانها يمتازون بتنوع الخصائص السوسيوديموغرافية، بالإضافة إلى كون العاصمة يتوفر في كل أنحائها الربط بشبكة الإنترنت، وعليه فإن ظاهرة استعمال منتديات الدردشة تبرز فيها بشكل كبير و في كل الأوقات بما فيها الفترة الليلية.

1 نفس المرجع، ص 203

2 *Asako, M., Kazumitsu S.: "social intelligence design in online chat communication: psychological study on congestion effects" (www.socil.edu.pdf).(1/5/2009)*

ونظرا لعدم معرفتنا لأفراد مجتمع البحث وسماته، والتي تتميز بتباينها من فرد لآخر، ونظرا لاقتصار عينتنا على المستخدمين لخدمة المحادثة الإلكترونية دون غيرها، فقد تم اختيار العينة القصدية (العمدية)، وهي العينة التي"يقوم فيها الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات و بيانات"[1]، و بالتالي فإن العينة القصدية هي التي تناسب هذا النوع من الدراسات، خاصة و أن أفراد مجتمع البحث عددهم كبير، وغير معروفين بالنسبة للباحث.

وعليه فقد اخترنا عينة من مستخدمي منتديات المحادثة الإلكترونية تتكون من 220 فرد، وقد تمت عملية توزيع الاستمارات وجمعها في الفترة الممتدة من شهر جوان إلى شهر جويلية 2008، و ذلك في 11 مقهى

انترنت، متوزعة في مناطق مختلفة من الجزائر العاصمة. و نظرا لعدم استرجاع بعض الاستمارات و لإلغاء البعض الآخر، فقد أصبح العدد الإجمالي للاستمارات التي تم تحليلها 200 استمارة.

[1] أحمد بن مرسلي، مرجع سبق ذكره، ص 197

❖ **الدراسات السابقة:**

لقد حظي موضوع المحادثة الالكترونية باهتمام الباحثين في مختلف التخصصات، و قد اطلعنا على عدد معتبر من هذه الدراسات ولاسيما على شبكة الانترنت، سنقتصر على ذكر أهمها فقط :

1) **دراسة (Guillaume Latzko-toth) بعنوان:" a la rencontre des tribus IRC"، وهي عبارة عن مذكرة ماجستير نوقشت بجامعة Québec في كندا سنة 1998، و قد تناول الباحث منتديات المحادثة الالكترونية، وكيفية بناء العلاقات الاجتماعية عبرها، وتشكيل المجتمعات الافتراضية، بالإضافة إلى طرق اندماج المدر دشين وانتمائهم إلى مختلف الجماعات الافتراضية، وإتباعهم لمعاييرها وقواعدها المختلفة، كما حاولت الدراسة أيضاً كشف التطبيقات والاستخدامات الاتصالية التي يقوم بها الأفراد؛ وقد توصل الباحث في نتائج دراسته إلى تفنيد ونفي أي تعارض بين الواقع الافتراضي والحياة الحقيقية، خاصة من الجانب الاجتماعي حيث أن منتديات الدردشة تجمع أفرادا من مختلف الأجناس والمستويات والمجتمعات،**

2) وتتيح لهم إمكانية التفاعل وبناء علاقات اجتماعية تماما مثل ما يحدث في الواقع، بالتالي فهناك عدة أشياء موجودة في الواقع الافتراضي تقابل ما هو في الواقع الحقيقي[1].

3) دراسة(إليزابت رد) بعنوان الاتصال والمجتمع في منتديات المحادثة الالكترونية[2]: وهي عبارة عن رسالة ماجستير نوقشت في جامعة ملبورن(Melbourne) باستراليا، و قد تناولت هذه الدراسة تاريخ و نشأة منتديات الدردشة، والخصائص التي تتميز بها وكيفية تشكل المجتمعات الافتراضية، وقد توصلت الدراسة إلى تحديد السمة الأساسية والتي أدت إلى شيوع استخدام منتديات الدردشة بشكل سريع وواسع، وهي إمكانية إخفاء الهوية(anonimity)، وكذلك انعدام الرقابة الاجتماعية، وبالتالي فإن المدر دشين لهم الحرية التامة في التعبير و مناقشة أي موضوع، و من نتائج هذه الدراسة كذلك أن المجتمعات الافتراضية قد أدت إلى نشأة لغة خاصة بها، تتكون من أشكال و رموز ورسومات مختلفة، بالإضافة إلى تشكل معايير وقواعد خاصة بهذه المجتمعات.

---

[1] Guillaume Latzko-toth (1998).a la rencontre des tribus IRC, thèse de magister, université Laval , Québec (Canada)

[2] Reid Elizabeth(1991).communication and community on Internet relay chat, unpublished master thesis, université de Melbourne, Melbourne(Austria).

4) دراسة هورمان(Horman) بعنوان : دراسة استكشافية للتفاعل الاجتماعي الذي يحدث على شبكة الانترنت: وهي رسالة ماجستير نوقشت بجامعة لافال (Laval) بكندا سنة 2005، وتتناول الدراسة أشكال التفاعل الاجتماعي الذي يحدث على الشبكة العالمية،خاصة في إطار انجاز نشاطات جماعية للتكوين والتعليم عبر الشبكة، وقد ركزت الباحثة على الجانب السوسيو ثقافي للأفراد المشاركين في مثل هذه التفاعلات، وكيفية ارتباطهم ببعضهم البعض، وقد توصلت الباحثة إلى أن هذا التفاعل يؤدي إلى درجة كبيرة من التأثير المتبادل بين هؤلاء، حيث يرتبطون ببعضهم البعض بشكل يؤدي إلى تغيير عدة جوانب فيحياتهم، وبالتالي فإن الدراسة بينت أن التفاعلات الافتراضية قد تحدث أثرا في حياة الأفراد بنفس الشكل الذي يحدث في التفاعلات المباشرة وجها لوجه[1].

[1] *Judith Horman (2005). une exploration de l'interaction sociale en ligne lors de la réalisation d'activités d'apprentissage, thèse de magister, université de Laval .canada*

5) الدراسة التي قام بها كل من (فالري وسيرج وفلدوفسكا) بعنوان:"دراسة المحادثات الالكترونية من خلال الانترنت والانترانت"[1]، وتهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن مختلف أشكال الانتماء الاجتماعي، والمشاركة في النقاشات على الشبكات الالكترونية، وأشكال التفاعل الذي يتم بينهم، وكيفية تشكل الجماعات الافتراضية، وقد توصلت الدراسة إلى أن الصفحات الشخصية تلعب دورا كبيرا في بناء العلاقات الاجتماعية بين الأفراد حيث أنها تعكس البيئة الاجتماعية للفرد وهي التي تنقل لنا خصائصه وسماته الشخصية.

6) دراسة (ميندوزا):بعنوان:" المراهقات ومنتديات المحادثة الالكترونية"، و قد نشرت هذه الدراسة جامعة (Temple) بفيلادلفيا (الولايات المتحدة الأمريكية)، وذلك سنة 2007،و توصلت هذه الدراسة إلى أن الكثير من المراهقات يعملن من خلال شبكة الانترنت على اللعب بالأدوار و تغيير شخصياتهن(identity play)، من خلال تقديم بيانات خاطئة، و تعتبر هذه الخاصية (إخفاء الهوية) الشيء الذي يجذبهن إلى استعمال الانترنت

[1] Valerie B.Serge F. Julia V.:études des échanges électroniques sur Internet et intranet, forum et courrier électroniques,[www.cnet.francetelecom.fr] ,(10/12/2007).

بدرجة كبيرة، حيث أنهن يحاولن التعرف على آراء الغير و نظرتهم إلى هذه الشخصيات التي يتعاملن بها، وقد خلصت الدراسة إلى أن منتديات الدردشة يمكن أن تكون لها انعكاسات سلبية على المراهقات، سواء من الناحية السلوكية أو الأخلاقية، النفسية وغير ذلك من الجوانب[1].

7) دراسة (أسلانيدو) و(مينيكس) بعنوان:" الشباب والانترنت، الاستخدامات والتطبيقات المنزلية"2، وقد نشرت هذه الدراسة سنة 2008 بمجلة"COMPUTER&EDUCATION"، وقد شملت عينة من تلاميذ الثانوية بلغت 418، وتناولت بالدراسة أهم التطبيقات والاستعمالات التي يستخدم من أجلها الشباب شبكة الانترنت، وتوصلت هذه الدراسة إلى أن استعمال الانترنت في المنزل لأغراض دراسية يتم بنسبة قليلة، كما أن الانترنت تعتبر مؤشرا للمكانة السوسيو اقتصادية للأفراد، حيث وجد أن أغلب المستعملين ينتمون إلى أسر ذات مستوى ثقافي و علمي معتبر، بالإضافة إلى كون الذكور أكثر استخداما لشبكة الانترنت لأغراض ترفيهية، وأخيراً بينت الدراسة أن استعمالات الانترنت لم تكن لها علاقة بمكان الإقامة، بقدر ما كانت لها علاقة بالمستوى الثقافي و العلمي للأولياء.

---

[1] *Kelly Mendoza: adolescent girls, chat rooms, and interpersonal authenticity, [http://mediaeducationlab.com/pdf/403-working%], (10/12/2007).*

[2] *Sofia A.GEORGE M((2008). « youth and internet, uses and practices in the home » COMPUTER&EDUCATION,n 10.p 1016.*

8) دراسة (بيتريز) بعنوان: « ***online infidelity* in *internet chat rooms*: *an ethnographic exploration*”**، و قد نشرت هذه الدراسة في مجلة ***COMPUTER IN HUMAN BEHAVIOR*** عدد 23 سنة 2007، و تناولت طبيعة التفاعلات الاجتماعية التي تتم عبر منتديات الدردشة، ودورها في

تغيير النسيج الاجتماعي، وفي بناء علاقات عاطفية، وقد ركزت الباحثة على انعكاسات ذلك على العلاقات الزوجية، وبينت أن هذه الاتصالات لها دور كبير في التقليل من الوفاء بين الزوجين، وبالتالي في إحداث عدة مشاكل اجتماعية، ولكل ذلك انعكاسات على النسيج الاجتماعي، مما يؤدي إلى إحداث فجوة و تفكك اجتماعي كبير[1].

---

[1] Beatriz L.A.Mileham(2007) .« online infidelity in internet chat rooms: an .ethnographic exploration “COMPUTER IN HUMAN BEHAVIOR,n 23 pp.11/31.

❖ النتائج والمناقشة:

بعد جمع استمارات البحث، و تفريغها و تحليل أرقامها، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج سنعرضها فيما يلي:

- **تبين من خلال الدراسة أن معظم المبحوثين (50%) يستعملون منتديات الدردشة لأكثر من سنتين، والفئات الأكثر استخداما لها هي التي تتراوح أعمارها ما بين 15و 25 سنة، وذلك بنسبة(58 %).**
- **اللغة الأكثر استخداما هي العربية، ثم الانجليزية، ثم الفرنسية، ثم تأتي اللهجة العامية.**
- **معظم المبحوثين يستخدمون منتديات المحادثة الالكترونية في مقاهي الانترنت.**
- **غالبية المبحوثين يفضلون الدردشة في الفترات الليلية أكثر من غيرها.**
- **معظم المستجوبين يفضلون الدردشة الفردية على الجماعية.**
- **هناك نسبة كبيرة من الأفراد يدردشون عبر غرف الدردشة (*room chat*)، في حين تقابلها نسبة قليلة فقط ممن يكتبون في حلقات النقاش(*forums discussion de*).**

- **المعايير التي يختار على أساسها المدردشون الشخص الذي يتحادثون معه، كان ترتيبها كما يلي:المستوى الثقافي و العلمي(29%)، الجنس (25.3 %)، البلد (19.5%)، اللغة (16.3%)، الديانة (9.04%).**
- **معظم المبحوثين يفضلون العلاقات الحقيقية المباشرة(73%) أكثر من العلاقات الافتراضية عبر الانترنت(20.5%).**
- **هناك تقريبا نصف المبحوثين (48.5%) تقابلوا مع شخص تعرفوا عليه عبر الدردشة الالكترونية، (12%) منهم إناث.**
- **غالبية المستجوبين لا يشعرون بالوحدة و العزلة عن المحيط الاجتماعي بفعل الدردشة، لكن مع الإشارة إلى وجود نسبة هامة(27.5%) ممن يشعرون بالوحدة، مرتبطة بشكل مباشر بنسبة استخدام منتديات الدردشة.**
- **هناك نسبة معتبرة من الذين يحسون بالألفة و الانتماء إلى الجماعة الافتراضية(جماعة المدر دشين)، أكثر من جماعتهم الأولية.**
- **يرى59% من المبحوثين أن الدردشة الالكترونية تساعد على التخلص من شعور الوحدة.**
- **الأغلبية الكبيرة من المبحوثين(61.5%) لا يثقون في الأشخاص الذين يدردشون معهم و لا يصدقون البيانات التي تقدم لهم.**

- **الدوافع التي يستخدم من أجلها الأفراد منتديات الدردشة تتمثل فيما يلي:**

- التعلم والتثقيف بنسبة 24%، ثم الترفيه18.6%،التعارف 18.2%،التواصل مع الأقارب 15%، بناء العلاقات العاطفية 10.6%، الهجرة إلى الخارج 9.4%، التجارة و الإشهار 4.2%.

- **الحاجات التي يلبيها الأفراد من خلال الدردشة الالكترونية تتمثل فيما يلي:**

- إشباع الفضول و الحصول على المعلومات 39.44%، التخلص من القلق والملل 28.02%، التنفيس والتعبير بحرية 23.18%، الهروب من الواقع 9.34%، بالإضافة إلى حاجات أخرى كالتعرف على ذهنيات الغير وآرائهم، والتعاون مع أشخاص آخرين لهم نفس ميدان العمل و الدراسة. المواضيع التي تتم مناقشتها بكثرة في منتديات الدردشة هي كالتالي: المواضيع العلمية و الثقافية 37.29%، العاطفية 23.48%، الدينية 17.40%، الرياضية 11.04%، و أخيرا المواضيع السياسية 10.77%.

تتمثل العوامل التي تجتذب الأفراد إلى استخدام منتديات الدردشة فيما يلي :

في الدرجة الأولى تأتي حرية التعبير في كل المواضيع بنسبة 30.66%، ثم إمكانية الالتقاء و التعرف بأشخاص لهم نفس اهتماماتنا

30.11%، الطابع الحميمي للنقاشات 12.98%، عامل إخفاء الهوية 9.94%، وانعدام الرقابة و الحواجز الاجتماعية 9.11%، وأخيراً القيام ببعض الأعمال عن بعد 7.18%.

- **تبين أن معظم المبحوثين لم يسبق لهم وأن كتبوا أي مقال في حلقات النقاش(72%)، حيث أن هناك فقط 27% ممن كتبوا مقالا، و قد كانت غالبية هذه المواضيع علمية38.57%، ثم تليها العاطفية 24.28%، ثم السياسية 22.85% وأخيرا الدينية 14.28%.**
- **هناك نسبة هامة(60.5%) من المبحوثين الذين يعتبرون أن الدردشة الالكترونية لها انعكاسات ايجابية.**
- **غالبية المبحوثين(75%) ينتابهم شعور الفرح و الانبساط و الراحة النفسية بعد الدردشة الالكترونية، مقابل 25% يشعرون بالقلق والإحباط.**
- **تبين أن هناك نسبة معتبرة(37.5%) من المبحوثين أدت الدردشة إلى تغيير أعمالهم و حياتهم اليومية.**
- **غالبية المستجوبين(52%) تراجع استعمالهم لوسائل الإعلام الأخرى بفعل الدردشة الالكترونية.**

- معظم المبحوثين لم تتقلص المدة التي يقضونها مع الأهل والأصدقاء، لكن هناك نسبة معتبرة مقابل ذلك ممن تقلصت(35%).
- يرى 69.5% من المدر دشين أن الدردشة لا تدفع إلى تبني واعتناق الثقافات الغربية، مقابل 30.5% يرون عكس ذلك.
- يرى 70% من المبحوثين أن المواضيع التي تناقش في منتديات المحادثة الالكترونية سلبية وغير جديرة بالاهتمام، في حين يرى 28% منهم أنها ايجابية
- أغلبية المبحوثين (52%) قالوا بأنهم تناقشوا مع شخص غير مسلم عبر منتديات الدردشة حول أمور العقيدة و الدين، ومعظمهم من الشباب الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 25 سنة.
- من بين الذين تناقشوا مع شخص غير مسلم، تبين أن هناك 19% منهم قد حاول هذا الشخص أن يستميلهم لاعتناق ديانته، من خلال القدح والتشكيك في الإسلام، وقد كان أغلبيتهم من الذين تتراوح أعمارهم بين 15 و 25 سنة.

- أجابت نسبة معتبرة من المبحوثين(24.5%) بأنهم تعرضوا أثناء الدردشة لمحاولات دعوية من طرف جماعات مشبوهة، تنشط في مجال المخدرات، الجنس أو الأنشطة الإرهابية، وقد كان أغلبهم من صغار السن(15 إلى 25 سنة).
- من بين الأمور التي تغيرت بسبب الدردشة الالكترونية: مدة النوم وتوقيته بنسبة 37.38%، مدة المطالعة و الدراسة 31.77%، مدة العمل 21.49%، مدة ممارسة الرياضة 9.34%.
- تبين أن الأشخاص الذين يدردشون لمدة طويلة (أكثر من ساعتين) هم الذين:
  - تقلصت المدة التي يقضونها مع الأهل و الأصدقاء.
  - وتقلصت المدة التي يتم فيها استعمال وسائل الإعلام الأخرى.
  - يشعرون بالفرح و الانبساط أكثر.
  - هم من يشعر أكثر بالوحدة والانعزال عن المجتمع.

❖ الاستنتاجات والتوصيات:

بعد تحليل هذه النسب والأرقام، وبعد التمحيص والتقييم الشامل لما توصلنا إليه من خلال هذه الدراسة، يمكن أن نلخص الاستنتاجات العامة فيما يلي:

- تعتبر منتديات الدردشة فضاء للتفاعل و الاتصال عن بعد، الشيء الذي أدى إلى نشأة علاقات كثيرة، منها ما بقي افتراضيا و منها ما تحول إلى علاقة حقيقية مباشرة و تجسد في الواقع، ولذلك فهي أداة لإقامة روابط بين الأفراد ولتشكيل النسيج الاجتماعي.
- توصلنا إلى أن هناك علاقة ارتباطية وطيدة بين الدخل واستعمال منتديات الدردشة بصفة خاصة، واستعمال تكنولوجيات الإعلام والاتصال بصفة عامة، فكلما زاد الدخل زادت نسبة الاستعمال والعكس صحيح.
- تبين أن الدردشة الالكترونية قد ساهمت في جلب كثير من الأفراد إلى استعمال الانترنت وتعلم مهارات الحاسوب و استخدام خدمات أخرى كانوا يجهلونها ولا يحسنون استعمالها، فكان استعمالهم استعمالا انتقاليا (*usage transitoire*) قادهم إلى تعلم واستعمال خدمات وتقنيات أخرى غير الدردشة.

- هناك علاقة بين نسبة استعمال منتديات الدردشة وطبيعة الشعور الذي يحس به الأفراد (كالشعور بالوحدة، الانبساط، القلق، والراحة إلى غير ذلك من الأحاسيس المترتبة).
- عامل السن كان له أثر كبير على عدة عوامل، فمثلا وجدنا أن صغار السن هم أكثر استعمالا لمنتديات الدردشة و أكثر إدمانا عليها، هم أكثر تعرضا لحملات ونشاطات بعض الجماعات المشبوهة(المخدرات، الجنس، الإرهاب، جماعات السرقة...)، وهم أكثر من تعرض لمحاولات تنصيرية، واستعمالاتهم كانت لأغراض ترفيهية، و هم أكثر من أحدثت الدردشة تغييرا في حياتهم، و لهذا تعتبر فئة المراهقين و الشباب من أكثر الفئات التي تنعكس عليها الدردشة الالكترونية بالسلب.
- لاحظنا أن معظم الناس ينفرون عن الكتابة و يميلون إلى الشفوية، حيث أن نسبة قليلة فقط من المبحوثين سبق لهم و أن كتبوا مقالا

في حلقات النقاش، حتى المتعلمين و المثقفين من الطلبة و أصحاب المستوى الجامعي، و هذا ما يمكن أن يعبر عن عزوف الجزائريين عن الكتابة و التأليف، في كل المنابر المتاحة، فإذا كانت وسائل الإعلام الأخرى لا توفر مجالا كافيا لحرية التعبير، التي غالبا ما يتخذها البعض كحجة، فماذا عن الانترنت التي جاءت بخدمات تتيح فرصا كبيرة للتعبير دون أي قيد أو رقابة .

- تبين أن هناك علاقة جدلية بين الشعور بالوحدة و الاتصال عبر تكنولوجيات الاتصال، فكلما شعر الإنسان بالوحدة كلما زاد استعماله لوسائل الاتصال للقضاء على هذا الشعور، و كلما زاد هذا الاستعمال كلما زادت حدة الشعور بالوحدة، و بتعبير آخر فإن الإنسان يحاول التخلص من شعور الوحدة من خلال الاتصال بأفراد
- آخرين باستعمال تكنولوجيات الاتصال المختلفة، في حين أن هذا الاستعمال يزيد أكثر من انطواء الناس بوسائلهم و انعزالهم عن الغير، وبالتالي يزيد شعور الوحدة أكثر.
- هناك نسبة هامة من الأفراد الذين يستعملون منتديات الدردشة بصفة خاصة والانترنت بصفة عامة لأغراض تثقيفية تعليمية، ولهذا من الأحسن أن نستغل هذه التقنية الاتصالية المتعددة الوسائط في ميدان التعليم عن بعد(اللغات، المحاضرات)، مثلما فعلت العديد من الدول المتقدمة.
- لقد تبين من خلال هذه الدراسة أن منتديات الدردشة قد تم استغلالها من عدة أطراف و جماعات، و ذلك كمنبر للترويج لإيديولوجياتها وأفكارها.

- استنتجنا أن هناك علاقة وطيدة بين المستوى التعليمي ونسبة استخدام منتديات الدردشة وغيرها من تكنولوجيات الاتصال، فكلما زاد المستوى كلما زادت نسبة الاستعمال.
- تبين أن هناك فجوة بين الإناث والذكور فيما يخص استخدام منتديات الدردشة بصفة خاصة والانترنت بصفة عامة، وهذا يعود لعدة اعتبارات دينية، اجتماعية.

• من بين العوامل التي جعلت منتديات الدردشة من أكثر خدمات الانترنت استعمالا: حرية التعبير غير المحدودة، إمكانية إخفاء الهوية (anonymat) ، تنوع طبيعة الأشخاص المشاركين من حيث لغاتهم، مستوياتهم، بلدانهم، أجناسهم...، توفر ما يسمى بتعدد الوسائط، حيث يمكن الكتابة والكلام والرؤية والاستماع، و كذلك انعدام الحواجز والرقابة الاجتماعية.

- ولتحقيق الغاية العامة لدراستنا هذه، والتي تمحورت حول الانعكاسات والآثار المختلفة للمحادثة الالكترونية، سنحاول إجمال مختلف هذه الانعكاسات الايجابية والسلبية فيما يلي:

✓ **الانعكاسات الايجابية:**

- **تمكن منتديات الدردشة من إجراء نقاشات وحوارات مع أشخاص من مختلف أنحاء العالم، من مكان واحد وبتكاليف منخفضة.**
- **مسايرة العالم الخارجي ومتابعة كل ما يحدث حولنا.**
- **إمكانية التثقيف والتعليم من خلال الحديث مع أشخاص من مختلف المستويات، خاصة تحسين مستوى التحكم في اللغات الأجنبية.**
- **تساهم الدردشة في التقريب بين مختلف وجهات النظر، والتعرف على ثقافات وتقاليد الشعوب والدول المختلفة. تساهم بشكل كبير في تشكيل الروابط والعلاقات الاجتماعية بين الأفراد.**
- **تسهيل التواصل بطريقة مريحة، وغير مكلفة خاصة بين الأقارب والأهل.**
- **تساعد الأفراد الخجولين والذين يجدون صعوبات في المشاركة في نقاشات جماعية، في التخلص من هذه المشاكل،والتعبير بحرية تامة.**
- **يمكن استعمال منتديات الدردشة في العديد من المجالات الثقافية، كتنظيم ندوات وملتقيات، محاضرات، ويمكن للأفراد المشاركة فيها والتدخل أو طرح سؤال عن بعد من خلال هذه المنتديات، مثلما يحدث على سبيل المثال في إحدى مراكز البحث التابعة لجامعة أكسفورد (مركزInternet &society)،**

التي تقوم بفتح المجال لمختلف الأشخاص للمشاركة في ندواتها و محاضراتها، باستعمال منتديات الدردشة(IRC).

- يمكن التعرف على أشخاص لهم اهتمامات مشتركة، وبالتالي التعاون وتبادل الخبرات كل في مجاله.
- لقد ساهمت المحادثة الالكترونية بشكل كبير في نشر الثقافة المعلوماتية والرقمية بين الناس(استخدام الحاسوب، الانترنت...)، حيث أن الكثير من الأفراد لم يكونوا يحسنون استخدام الحاسوب ولا الانترنت، حتى ظهرت منتديات المحادثة الالكترونية، فتعلم الناس

كيفية استخدام الحاسوب وكيفية تصفح وزيارة المواقع واستخدام الخدمات الأخرى للانترنت، فكانت الدردشة استعمالا انتقاليا لاستعمال خدمات أخرى.

- يمكن أن تستخدم منتديات الدردشة للدعوة الإسلامية ونقل الصورة الحقيقية عن الإسلام من خلال النقاش مع أجانب، ومحاولة استمالتهم لاعتناق الإسلام، وقد حدث هذا بالفعل مع كثير من الأشخاص.

✓ الانعكاسات السلبية:

- يمكن للدردشة الالكترونية أن تؤدي إلى انحراف السلوكيات،وفساد أخلاق الشباب،خاصة إذا ما تعرضوا للمنتديات التي تعالج مواضيع إباحية.

- يؤدي الاستعمال المستمر إلى الإصابة بالإدمان،ومع مرور الوقت يشعر المدردش بانعزاله التام عن المجتمع، ويشعر بالوحدة النفسية، وفي بعض الأحيان يصيبه الإحباط النفسي.
- إمكانية تقلص المدة المخصصة للنوم، وما يترتب عن ذلك من متاعب صحية وإرهاق جسدي في سائر الأيام.
- تقلص المدة المخصصة للدراسة والمطالعة، ونقص المرد ودية بالنسبة للأشخاص الذين يستعملونها في أماكن العمل.
- تقلص الأوقات التي يقضيها الأفراد مع الأهل والأصدقاء، وما يترتب عنها من تفكك اجتماعي و قطيعة بين الأفراد.
- نقص الاهتمام بقضايا المجتمع و بالأحداث المحيطة بهم، بسبب الانهماك في الدردشة.
- إمكانية التعرض لمحاولة استمالة واستدراج من طرف الجماعات التنصيرية الناشطة، ومروجي المخدرات والجنس.
- انعكاسات على الصحة والتي تترتب عن الجلوس لساعات متواصلة في وضعية واحدة، التعرض لإشعاعات شاشة الحاسوب.

- تضييع أموال كثيرة في الدردشة دون الشعور، ولاسيما لدى المدمنين عليها.
- إن الدردشة مع أشخاص في بعض المواضيع الطابوهية وغير المرغوبة،قد تؤدي إلى انهيار منظومة القيم لدى المدر دشين،خاصة المراهقين والأطفال .
- كثيرا من الشباب عندما يتحادثون مع أجانب أو مغتربين، يشعرون بالسخط والقنوط خاصة عندما يقارنون بين الأوضاع والظروف

المعاشة هنا، وتلك الموجودة وراء البحار، فيصابون بهوس الهجرة، ويحاولون الانتقال إلى أي بلد بأي وسيلة، حتى ولو كانت بالمغامرة عبر قوارب الموت و محاولة اجتياز البحار.

- يمكن للدردشة أن تؤدي إلى تراجع الوازع الديني، و تراجع نسبة التردد على المسجد لأداء الصلوات، وهذا بسبب الدردشة بشكل مفرط و لاسيما إذا كانت في مواضيع إباحية و غير أخلاقية.
- تساهم عملية التواصل الاجتماعي الإلكتروني عبر مواقع الشبكة الاجتماعية و منتديات المحادثة الإلكترونية، في إقامة علاقات بين الأفراد و بين وسائل الإعلام، و بالتالي تؤدي إلى إثراء مضامين وسائل الإعلام الجديدة.

الفصل الثالث

تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المجتمع سلبًا وإيجابًا

انتشرت بشكل كبير وسائل التواصل الاجتماعي في الآونة الأخيرة وأصبحت هي الوسيلة الوحيدة التي فرضت سيطرتها على جميع المجتمعات وأصبح مستخدميها يتجاوزون المليارات وأصبحت وسيلة شديدة التأثير في المجتمعات والأسر العربية بشكل كبير وخطير وذلك لأنها أصبحت تستخدم أساليب جذب لا حصر لها فهي تستهوي متابعيها من جميع الفئات ومن جميع الأعمال وهو ما يجعلها سلاح ذو حدين فهي من شأنها زيادة ثقافة المرء وحثه على العديد من القيم الإيجابية ولكنها على النقيض ساهمت بشكل كبير في فرض الكثير من السلوكيات السيئة والتي أصبح المجتمعات وخاصة المجتمعات العربية تعاني منها معاناة شديدة فقد ساعدت على انتشار العنف والجريمة وساهمت كثيرا في تفكك العديد من الأسر العربية وغيرت فكر الشباب العربي.[1]

(1) سامي عبد الرؤوف، الإنترنت في العالم العربي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي،المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، عدد 4، 2000م، ص35

لقد خضعت المجتمعات في الآونة الأخيرة إلى العديد من التحولات والتغيرات في جميع مناحي الحياة الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية أثرت في بنيتها وتركيبتها واستقرارها.[1] ولا ينكر أحد مدى مساهمة وسائل الاتصال الاجتماعي الحديثة فيما حدث للأسر العربية بل وفي جميع المجتمعات على مستوى العالم. فأصبحت الأسرة العربية تعاني الكثير والكثير

من المشكلات الاجتماعية مثل التفكك الأسري والتطرف والعنف وزادت نسب الجريمة بشكل كبير وملحوظ وهو ما أدى إليه انتشار وسائل الاتصال الحديثة كالكمبيوتر والتلفاز والعديد من الوسائل الأخرى التي أصبحت تحيط بنا من كل اتجاه.

فقد أصبح الشباب العربي منشغل باستخدام شبكات الإنترنت والألعاب ومشاهدة الأفلام التي تدعو إلى العنف مما انعكس بالسلب على القيم التي تغرس بداخلهم وأصبحوا قابعين أمام شاشات الكمبيوتر لفترات طويلة مما أدى إلى تغير فكرهم وارتباطهم بأسرهم وهو ما عمل على اتساع الفجوة بينهم وبين آبائهم مما انعكس بالسلب على المجتمعات العربية.

---

(1) معتصم زكي، الشاشة الصغيرة وأثرها في سلوكيات الأطفال، مجلة التربية، العدد 154، السنة الرابعة والثلاثون، اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم، قطر، 2005م، ص264.

ومما لا شك فيه إن قضاء أوقات طويلة أمام الأجهزة الإلكترونية الحديثة والمتمثلة في الأجهزة اللوحية والمحمولة أصبح من سمات هذا العصر، غير أن الكثيرين يقومون باستخدام تلك الأجهزة بشكل متواصل حتى سيطرت هذه الأجهزة على مستخدميها وعلى عقولهم بل وعلى أوقاتهم ونشاطهم كذلك.[1]

ولأن وسائل التواصل الاجتماعي التي تدخل جميع البيوت دون أي استئذان ويستخدمها جميع الفئات والأعمار فهي أداة فتاكة إذا أسيء استخدامها وقد تكون أداة شديدة الإيجابية إذا أحسن استخدامها وتم تقنينها فيما يخدم الفئات المتابعة لها وخاصة التلفاز فهو يعتبر وسيلة مسموعة ومرئية فهي كفيلة بأن تنقل السلوك الجيد والسيئ على السواء.

ونتيجة لأهمية الموضوع المطروح من خلال هذا البحث ألا وهو "تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المجتمع سلبًا وإيجابًا" كان لابد من التطرق إليه بشيء أكثر تفصيلا من خلال تناول العديد من الجوانب الخاصة بذلك الموضوع ومناقشتها والتوصل إلى بعض التوصيات الهامة والتي سأقوم بعرضها في نهاية البحث.

---

(1) سالم ساري، خضر زكريا، مشكلات اجتماعية راهنة، العولمة وإنتاج مشكلات جديدة، الأهالي للطبع والنشر والتوزيع، دمشق، ط1، 2004م، ص196.

❖ مشكلة البحث:

من خلال استعراضنا لمدى انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي تبين أنها أصبحت جزء لا يتجزأ من حياة المجتمعات بل أصبح الأفراد يقبلون على استخدام تلك المواقع لدرجة قد تصل إلى الإدمان في بعض الأحيان، ولا شك أن تلك المواقع باتت تلعب دورًا هاما في حياة الأسر بل وفي حياة الشعوب والأمم بأسرها سلبا وإيجابا، ولا يخفى علينا مدى التأثير الذي يقوم به مواقع التواصل الاجتماعي مثل "الفيس بوك، تويتر، انستجرام" وغيرها من المواقع التي تجذب العديد من الفئات العمرية في المجتمعات المختلفة وخاصة الشباب من فئة المراهقين وهم الأكثر متابعة والأقل إدراكًا بمجريات الأمور فهم لا يستطيعون رسم صورة كاملة وتصور شامل لما يتابعونه من خلال وسائل الإعلام المختلفة فهم لا يزالون محدودي الخبرة ويلزمهم الكثير للحكم الصائب على الأمور وبالتالي فهم يقعون فريسة في براثن الإعلام الذي يؤثر في الكثير من شخصية المراهقين لأنهم يتعاملون بعواطفهم ويندفعون نحو ما يؤثر فيهم سواء بالسلب أو بالإيجاب دونما أي تفكير.

❖ أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى التعرف على:

▪ معرفة أنواع وأسماء بعض مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثيرا على المجتمع.

▪ التعرف على مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المجتمع سواء كان ذلك بالسلب أم بالإيجاب .

▪ وما هي الأسباب التي أدت إلى ارتباط المجتمعات بتلك الوسائل.

▪ والخطوات اللازم إتباعها للحد من استخدام تلك المواقع والوقايةمن آثارها الضارة.

▪ تقديم بعض التوصيات التي قد تساهم في وضع حل لمشكلة توغل مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الشعوب والمجتمعات.

❖ تساؤلات الدراسة:

يتساءل البحث عن:

▪ ما هي مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تأثير على حياة المجتمعات؟

■ من هم أكثر الفئات العمرية استخداما لمواقع التواصل الاجتماعي؟

■ ما مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على المجتمع سواء سلبًاأو إيجابًا؟

■ ما هي المقترحات التي تساعد على الحد من انتشار ظاهرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي؟

أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث فيما يلي:

■ مدى انتشار مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمعات ومدى تأثيرها

على الأفراد من جميع الفئات العمرية.

■ على الرغم من الآثار الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي إلى أنها تتسم بالعديد من الآثار السلبية شديدة التأثير على المجتمع.

■ ضرورة الانتباه إلى وضع ضوابط ومعايير لتقنين استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للحد من انتشار تلك الظاهرة بين أفراد المجتمع.

■ الوقوف على التأثيرات السلبية والإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي والتعرف عليها للتمكن من الحد من الآثار السلبية الخاصة بها ومحاولة تعزيز الأثر الإيجابي لتلك الوسائل.

❖ مصطلحات الدراسة:

▪مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي: عرفت مواقع التواصل الاجتماعي بأنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد لهم نفس الاهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية.

كما يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها " منظومة من الشبكات الإلكترونيّة التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به،و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها".

ومن خلال التعريفات السابقة يمكننا تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي إلى ثلاثة أقسام كما يلي:

1. مواقع تواصل اجتماعي من خلال شبكة الإنترنت وتطبيقاتها مثل: "فيس بوك، تويتر، يوتيوب، انستجرام، غرف الدردشة، البريد الإلكتروني، المدونات".
2. بعض التطبيقات الخاصة بالتواصل الاجتماعي على أجهزة الهواتف النقالة مثل: "واتس أب، فايبر، سكايب".

3. **بعض البرامج الخاصة بالتواصل الاجتماعي عبر التلفاز والراديو: مثل بعض البرامج التي تسمح بإجراء اتصالات هاتفية ومداخلات تعمل على تعميق مفهوم التواصل الاجتماعي.**

- **مفهوم العلاقات الاجتماعية: تعرف العلاقات الاجتماعية بأنها التفاعل الذي يحدث بين شخصين أو أكثر مجتمعان في إطار واحد أو بيئة واحدة أو منظمة واحدة أو تنظيم واحد نتيجة لتأثير كل منهما في الآخر.**

❖ **حدود البحث المجال البشري والمكاني والزماني:**

- **الحدود البشرية: طالبات وطلاب جامعة فيصل.**
- **الحدود المكانية: طبقت الدراسة في مدينة الدمام.**
- **الحدود الزمنية: طبقت الدراسة في الفصل الدراسي الأول من العام الجامعي 1437هـ.**

❖ **الاتجاهات النظرية**

- **الاتجاهات النظرية المفسرة للدراسة**
- **الدراسات السابقة**
- **التعقيب على الدراسة**
- **الإطار النظري للبحث**
- **مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي**

- أنواع مواقع التواصل الاجتماعي
- دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي
- تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي
- تعريف المتغيرات

❖ الاتجاهات النظرية المفسرة للدراسة

النظريات المفسرة لظاهرة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

أجريت العديد من الدراسات والبحوث العلمية حول موضوع مواقع التواصل الاجتماعي بنيت تلك البحوث والدراسات على نظريتين وهما:

النظرية الأولى: الحتمية التكنولوجية:

وتأتي القناعة الخاصة بمعتنقي تلك النظرية من أن التكنولوجيا في حد ذاتها تتمتع بقوة التغير في طبيعة العلاقات الاجتماعية والواقع الاجتماعي، ويرى مستخدمي هذه النظرية "الحتمية التكنولوجية" والمتفائلين بها أنها تملك مقاليد التقدم للبشرية وتضعها ذريعة لفشلها في التواصل الحقيقي على أرض الواقع الذي لم تستطع البشرية تحقيقه وتعده نوعا من انتصار للتكنولوجيا على الواقع الذي تعايشه البشرية من حولها، فتجد أن الأفراد في مختلف بقاع الأرض فشلوا في التوصل إلى حل يبقيهم على اتصال دائم

في حين تدخلت التكنولوجيا بكل ما أوتيت من قوة لتقدم لهم الحلول الجذرية التي تقضي على جميع المشكلات التي تؤرقهم وتعمل على تقريب المسافات بين مشارق الأرض ومغاربها وهذا وحده كافي لمعتنقي تلك النظرية. في حين يرى البعض الآخر الذي يملك نظرة تشاؤمية أن التكنولوجيا ما هي إلا أداة لفرض الهيمنة والسيطرة على الشعوب الضعيفة، والتحكم في قناعات الأفراد فهي تقوم باقتحام حياة الفرد الشخصية وتفتت علاقاته الاجتماعية الحقيقية على أرض الواقع[1].

النظرية الثانية: الحتمية الاجتماعية:

تعتمد نظرية الحتمية الاجتماعية على أن العلاقات الاجتماعية هي الأساس في خلق مواقع التواصل الاجتماعي وهي الدافع الأقوى لإنشاء تلك المواقع وليس العكس[2]، فهم يرون أن العلاقات الاجتماعية لها قوة وتأثير كبير يدفع الأشخاص لمحاولة خلق بيئة تجمعهم محاولين خلق إطار موحد وهو ما دفعهم إلى بناء وتكوين تلك الشبكات الاجتماعية سواء كانت على الشبكة العنكبوتية أو على أجهزة الهواتف النقالة الخاصة بهم

---

(1) المشكلات الاجتماعية داخل المجتمع العربي (السلوك المدرسي- الزواج العرفي- الطلاق- الانحراف الجنسي- إدمان الإنترنت)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الطبعة 1، 2013، ص7.

(2) زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15 ، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003، ص23.

أو من خلال الوسائل الإعلامية المسموعة والمرئية في محاولة منهم لتقريب المسافات بين بعضهم البعض وهي نظرية في حد ذاتها معاكسة للنظرية الأولى "الحتمية التكنولوجية" والتي ترى أن التكنولوجيا هي صاحبة الفضل في خلق مناخ يجمع كل تلك العلاقات الاجتماعية في إطار واحد ومن خلال عدة تطبيقات ليختار كل فرد ما يتناسب مع احتياجاته وقناعاته الشخصية[1].

الدراسات السابقة:

أجريت العديد من الدراسات حول موضوع انتشار وسائل التواصل الاجتماعي ومدى تأثيره على المجتمعات. وفيما يلي بعض الدراسات المتعلقة بموضوع البحث والنتائج التي توصلت إليها تلك الدراسات:

<u>أولًا: الدراسات العربية:</u>

1- دراسة محمد الخليفي (2002م)[2]: حول موضوع "تأثير مواقع التواصل الاجتماعي في المجتمع"، وقد قامت الدراسة على استعراض التأثيرات التي تحدث نتيجة لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وشبكات الإنترنت على المجتمع، ومدى الاستفادة من تلك المواقع والآثار السلبية والإيجابية الواقعة على مستخدميها، وقام الباحث بالتطبيق على عينة من (412) طالبا وطالبة من كلية الهندسة،

---

(1) د. عباس مصطفى صادق، "الاعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011م، ص9.

(2) محمد بن صالح الخليفي، تأثير الإنترنت في المجتمع: دراسة ميدانية"، عالم الكتب، المجلد 22، العددان 5 و 6، ص469- 502.

وقد توصل الباحث إلى أن هناك العديد من السلبيات الناتجة عن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لفترات طويلة أنها قد تصل إلى الإدمان وهو ما يجعل تلك المواقع مسيطرة بشكل كامل على حياة الفرد بينما رصد الباحث أن هناك جانب إيجابي لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهو تقريب المسافة بين الأفراد وخاصة من فئة الشباب والطلاب الدارسين بالجامعة ومساعدتهم في القيام بمهامهم العلمية ومحاولة التقريب بين الأفكار ووجهات النظر فيما يتعلق بالدراسة.

2- دراسة حلمي ساري (2005م)[1]: دراسة بعنوان "ثقافة الإنترنت ودورها في التواصل الاجتماعي"، تتسم هذه الدراسة بتوسعها وشموليتها في المجال المعرفي فيما يخص تكنولوجيا المعلومات نظريا وتطبيقيا، فقد تناولت الدراسة الآثار السلبية والإيجابية لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وأجريت الدراسة على مجموعة من الشباب القطريين بمدينة الدوحة، بلغة عينة الدراسة (539) شاب وفتاة. وكانت نتائج تلك الدراسة أن الإقبال الشديد على

مواقع التوصل الاجتماعي هو السبب الأكثر شيوعًا للعزلة النفسية والاجتماعية والذي يعد القلق والإحباط والتوتر المستمرين من أحد أهم الأعراض الخاصة بها. كما وجد الباحث أن هناك غضب وتذمر من قبل أسر الشباب والفتيات نتيجة لانعكافهم على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي

---

(1) حلمي ساري، ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005م، ص19.

وتركهم للممارسة الحياة الاجتماعية الحقيقية مع ذويهم، كما توصل إلى أن هناك تزعزع في العلاقة الأسرية بين الشباب وعائلاتهم وتقصير في زيارة الأقارب والأهل من قبل الشباب.

3- دراسة شعاع اليوسف[1]: دراسة بعنوان "فوائد وأضرار التقنيات الحديثة وتأثيراتها السلبية على صحة الفرد". دار موضوع الدراسة حول مدى تأثير إدمان الفرد للتقنيات الحديثة والإنترنت على قدرته على السيطرة على النفس، ومدى ضعف علاقاته بالمحيطين به، وقدرته على التواصل الاجتماعي الحقيقي على أرض الواقع، ودرجة إهمال الفرد لوضعه الشخصي، كما حثت الدراسة وأكدت على درجة إدمان الأفراد على استخدام الإنترنت وغيره من التقنيات الحديثة أصبحت مؤشرا خطير، وكذلك نوه لأن مجانية الإنترنت واستطاعة أي فئة استخدامه وخاصة الشباب الجامعي يجعل الخطر مضاعف وأكد على ضرورة الانتباه لتلك النقطة ومحاولة وضع آليات للسيطرة وتقنين استخدام تلك التقنيات.

(1) شعاع اليوسف، التقنيات الحديثة فوائد وأضرار دراسة التأثيرات السلبية على صحة الفرد، كتاب الأمة- قطر، العدد 112، السنة السادسة والعشرون، الطبعة الأولى، 2006م.

ثانيًا: الدراسات الأجنبية:

1- دراسة كراوت وزملائه (Krout et al.) (2007م)[1]: تدور هذه الدراسة حول "تأثير استخدام شبكة الانترنت على التفاعل الاجتماعي وصحة الفرد النفسية". وكانت نتائج هذه الدراسة هي أن الاستخدام المتزايد لشبكة الإنترنت يؤثر بشكل كبير وسلبي على قدرته على التواصل الاجتماعي مع من هم حوله، كما أنه يقلل من قدرة الفرد على التواصل مع أفراد أسرته في المنزل الواحد، كما أشارت الدراسة إلى أن الجلوس لفترات طويلة أمام جهاز الكمبيوتر والاستخدام المفرد لشبكات التواصل الاجتماعي تؤدي إلى الإصابة بالاكتئاب والعزلة الاجتماعية.

2- دراسة ناي واربنج (Nie and Erbing) (2009م)[2]: وهي دراسة بعنوان "مواقع التواصل الاجتماعي والمجتمع". وقامت هذه الدراسة بتوضيح تأثير الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت على شبكة الإنترنت أو من خلال تطبيقات الأجهزة المحمولة على قدرة الفرد على التواصل اجتماعيا مع من هم حوله، وكانت نتائج تلك الدراسة أنه كلما زاد استخدام الفرد لوسائل التواصل الاجتماعي كلما قلت قدرته على التواصل اجتماعيا مع الأقارب والأصدقاء.

---

(1) Kraut, R., Lundmark, V., Patterson, M., Kiesler, S., Muko., T., and Scherlis, W. (2007). "Internet Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-being". Journal of American Psychologist Sept., vol.53, No.9, p.1017-1031.

(2) Nie, Norman and Erbing, Lutz. (2009). Internet and Society: A preliminary Report. Standford Institute for the Quantitative study of Society. Intersurvey Inc., and Mckinsey and co.

3- دراسة كروات وآخرين (2011)[1]: دراسة بعنوان "استخدام الانترنت وعلاقاته مع الحياة الاجتماعية والنفسية"، وأكدت نتائج هذه النظرية على أن الأفراد الذين يفرطون في استخدام الانترنت يفتقدون للسعادة التي تجلبها العلاقات الاجتماعية الحقيقية والمقابلات الفعلية التي تحدث بين الأهل والأقارب والأصدقاء، كما أوضحت الدراسة أن هؤلاء الأشخاص الذين يدمنون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يعانون من الإحباط والاكتئاب الشديد ومحاولة تجنب النشاطات الاجتماعية التي تعرض عليهم للقيام بها محاولة للترفيه عنهم فهم فقط يفضلون الجلوس خلف شاشة الكمبيوتر لفترات طويلة دون محاولة التخلي عن تلك العادة وفتح أفاق اجتماعية جديدة مع من حولهم.

---

(1) *Kraut, Robert, et al.; (2004). "The Internet and Social Participation Contrasting Cross-Sectional and Longitudinal Analysis". [Web page]. Retrieved July 24, 2006, from world wide web: http://jcmc.Indiana.edu/vollo/issue 1/shklovshi- kraut.html*

❖ التعقيب الدراسات السابقة:

من خلال التطرق للدراسات السابقة ودراستها نجد أن هناك تفاوت وعدم انسجام في النتائج الخاصة بكل دراسة حول مدى تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على المجتمع، فقد أغفلت العديد من الدراسات أثر مواقع التواصل الاجتماعي الإيجابي على مستخدمي تلك المواقع ومدى الترابط الذي يحدث نتيجة لاستخدامها، فقط ركزت أغلبية الدراسات على الآثار السلبية لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة على الشباب الجامعيين وهي نقطة يجب أخذها في الاعتبار لما لمواقع التواصل الاجتماعي من تأثير شديد على جميع فئات المجتمع وليس فقط الشباب

من طلاب الجامعة وغيرهم إلا أنه يجب الأخذ في الاعتبار أن المجتمع بأثره وعلى اختلاف مستوياته وطبقاته وفئاته أصبحوا في حالة استخدام دائم لتلك المواقع وأصبحت جزء لا يتجزأ من حياتهم اليومية وهو ما يجب التركيز عليه والعمل على دراسته جيدا ووضع حلول مفيدة للحد من هذه الظاهرة.

❖ **الإطار النظري للبحث:**

ليس هناك أدنى شك أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت من سمات العصر وأصبحا من الوسائل المؤثرة وبشدة في تشكيل فكر المجتمعات فهو يعتبر سلاح ذو حدين فقد يكون وسيلة لتعزيز السلوك الإيجابي داخل المجتمع عن طريق تشجيع الفرد على تكوين صداقات والتعرف على كل ما هو جديد في مجال العلوم وتبادل الخبرات العلمية في جميع المجالات وعلى كافة الأصعدة، وقد يكون أيضا وسيلة فتاكة تفتك بجميع القيم الجيدة التي ينبغي أن يمتلكها الفرد وقد تجعله شخصية عنيفة جدا عن طريق تجنبه لإقامة علاقات اجتماعية طبيعة مع من هم حوله سواء كان الأهل أو الأقارب أو الأصحاب فقط.

مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

هناك عدة تعريفات خاصة بمفهوم مواقع التواصل الاجتماعي فمنها:

- **أنها شبكة تضم مجموعة من الأفراد لهم نفس الاهتمامات والميول والرغبة في تكوين بعض الصداقات من خلال استخدام الشبكة العنكبوتية[1].**
- **كما يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها " منظومة من الشبكات الإلكترونيّة التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها".**

---

(1) د. بهاء الدين محمد مزيد، "المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية/ كتاب الوجوه نموذجاً"، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2012م.

- **كما يمكن تعريف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها مقهى اجتماعي يجتمع في بعض الأفراد للقيام بتبادل المعلومات فيما بينهم مع وجود فارق بين المقهى الحقيقي والمقهى التكنولوجي وهو أنك تستطيع حمل هذا المقهى التكنولوجي أينما كنت[1].**
- **وقد عرفت شبكات التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن تجمعات اجتماعية من خلال شبكة الإنترنت يستطيع روادها القيام بمناقشات خلال فترة زمنية مفتوحة، يجمعهم شعور إنساني طيب، وذلك في إطار محدد.**
- **وعرفت أيضا بأنها مجتمعات افتراضية عبر شبكات الإنترنت تجمع مجموعة من الأفراد يحملون ذات الاهتمامات يتبادلون الخبرات والمعلومات فيما بينهم من خلال إطار برنامج أو تطبيق محدد يشتركون جميعا في استعماله[2].**

([1]) د.علي محمد رحومة،((الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007م، ص75 .

([2]) جيهان حداد. المقاهي الالكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إربد : دراسة انثروبولوجية. جامعة اليرموك، رسالة ماجستير غير منشورة، 2002م.

أنواع مواقع التواصل الاجتماعي:

نتيجة لانتشار العديد من المواقع الخاصة بالتواصل الاجتماعي فإنه هناك صعوبة في حصر جميع المواقع الخاصة بذلك النشاط- التواصل الاجتماعي- إلا أنه بالرغم من تعدد تلك المواقع يظل هناك بعض المواقع تعد هي الأبرز في هذا المجال ألا وهي:

1- الفيس بوك[1]:

هو موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، يسمح للمشتركين به بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات الموقع وتكوين روابط وصداقات جيدة من خلاله، كما يسمح للأشخاص الطبيعيين بصفتهم الحقيقية أو الأشخاص الاعتباريين كالشركات والهيئات والمنظمات بالمرور من خلاله وفتح آفاق جديدة للتعريف المجتمع بهويتهم.

(1) إيهاب خليفة، مواقع التواصل الاجتماعي "أدوات التغيير العصرية عبر الإنترنت"، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، 2016م، ص114.

2- تويتر[1]:

هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي التي ساهمت بشكل كبير في بعض الأحداث السياسية الهامة التي جرت في الفترة الأخيرة في العديد من البلدان سواء كانت البلدان العربية أم الأجنبية، فهو موقع مخصص لإرسال تغريدات صغيرة كان لها شديد الأثر في الأحداث التي جرت على الساحة في الآونة الأخيرة. يصل حجم الرسائل النصية الصغيرة التي يرسلها برنامج تويتر إلى 140 حرفًا للرسالة الواحدة

3- اليوتيوب:

على الرغم من اختلاف بعض الآراء حول كون اليوتيوب موقع للتواصل الاجتماعي أم موقع لرفع ملفات الفيديو، إلا أن هناك رأي يقول بأنه موقع يجمع بين النشاطين وهو ما يميزه عن غيره وذلك نتيجة للضغط الهائل على

مشاهدة الفيديوهات التي تنشر من خلاله وهو ما يدفع بعض المشتركين للمشاركة بإدلاء آراءهم ووضع تعليقات على الفيديو المنشور وهو ما يفتح مجال للتواصل الاجتماعي مع غيرهم من متابعي نفس الفيديو.[2]

---

(1) انظر المرجع السابق، ص118.
(2) انظر المرجع السابق، ص70.

دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي[1]:

هناك العديد من الدوافع التي تدفع الأفراد لاستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وتتباين تلك الدوافع من حيث الأهداف والأسباب سنوضحها كما يلي:

1) بعد المسافات بين الأهل والأقارب:

أدى بعد المسافة بين الأهل والأقارب واضطرار بعض الأشخاص المقربين للسفر لدواعي العمل أو العلاج إلى محاولة البحث على طريقة ووسيلة للتواصل مع هؤلاء الأشخاص، وكان ذلك سببا هاما للجوء إلى استعمال مواقع التواصل الاجتماعي.

2) المشكلات الأسرية:

يلجأ الكثير من الأفراد إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كهروب من المشكلات الأسرية التي تحدث داخل المنزل، فيلجأ الفرد إلى البحث عن أصدقاء جدد كمحاولة للبعد عن ذلك التوتر.

3) عدم وجود فرص للعمل:

يلجأ الكثير من الشباب إلى مواقع التواصل الاجتماعي كنتيجة للبطالة وعدم توافر فرص عمل يفرغ فيها الشباب طاقته وقدرته على العطاء والإنجاز، فيتجه إلى مواقع التواصل الاجتماعي للهروب من ذلك الواقع المرير[2].

---

(1) خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة رقم 1، 2014م، ص35.

(2) باسم الجعبري، الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، الرواد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009م، ص121.

4) أوقات الفراغ:

يقوم البعض بملء وقت الفراغ عن طريق التحاور مع بعض الأصدقاء وتكوين صداقات جديدة في محاولة منهم للقضاء على الشعور بالملل والرغبة في التجديد وخلق جو اجتماعي وراء شاشات الكمبيوتر[1].

تأثيرات مواقع التواصل الاجتماعي:

مواقع التواصل الاجتماعي لها العديد من الآثار سواء كانت سلبية أم إيجابية. وفيما يلي توضيح لبعض التأثيرات الإيجابية والإيجابية لها:

أولًا: التأثيرات الإيجابية:

1. تقريب المسافات بين القارات: فتعد مواقع التواصل الاجتماعي طفرة تكنولوجية نتج عنها إمكانية مشاهدة الأقارب والأهل كما يمكن عن طريقها إجراء اجتماعات خاصة بالعمل وإنجاز العديد من المهام التي كان يصعب إنجازها فيما قبل.
2. اكتساب الخبرات وتكوين الصداقات: استطاعت مواقع التواصل الاجتماعي تقديم كل ما يحتاجه المرء من إمكانيات وأدوات لاكتساب الخبرات من جميع أنحاء العالم كما مكنت الأفراد من تكوين صداقات على مستوى العالم.

(1) انظر المرجع السابق، ص121.

3. مد أواصر الصداقة بين الأصدقاء القدامى: في حين ظن الأشخاص أن صلتهم قد انقطعت عن أصدقائهم القدامى قدمت مواقع التواصل الاجتماعي يدها للتدخل بشكل قوي وتعيد تلك الصداقات القديمة إلى الحياة مرة أخرى فهي تساعدك على استرجاع الصداقات القديمة التي كنت تظنها قد انتهت .

ثانيًا: التأثير السلبية:

1. ضعف العلاقات الأسرية والعزلة النسبية للأسرة:

أصبحت الأسرة العربية تشهد ضعفا وتخلخلا في تركيبتها وأصبح الطابع الفردي هو السائد بين أفرادها وأصبح هناك انخفاض في التفاعل بين أفراد الأسرة وزادة العلاقة سوءاً بين الزوجين وبين الأبناء وبين الآباء وذلك بسبب الجلوس أما التلفاز وألعاب الكمبيوتر لفترات طويلة ناهيك عما تبثه تلك الوسائل من أفكار هدامة تنعكس بالسلب على سلوك الفرد داخل أسرته سواء كان زوج أو أب أو أم أو ابن وهذا ما وصل إليه بالفعل حال الأسر العربية التي انغمست بشدة في استخدام تلك الوسائل.

2. التباعد بين الزوجين في مناقشة الأمور الأسرية:[1]

أصبحت السمة السائدة بين الأزواج داخل الأسرة العربية هو انشغال كل منهم بجهازه الخاص سواء كان جهاز تليفون محمول أو كمبيوتر أو متابعة الأفلام الخاصة به مما أدى إلى حدوث فجوة كبيرة بين الزوجين فكل منهما مشغول بعالمه الخاص والذي لا يجد فيه وقت لمناقشة المشكلات الخاصة بالأسرة والأبناء وهو ما أدى إلى حدوث تفكك أسري وعدم دراية كل منهما بما يهدد الأسرة من أخطار لعدم وجود الوقت الكافي لمناقشتها وحلها.

3. شيوع ثقافة الاستهلاك داخل الأسر وخاصة بين الشباب:

من الآثار السلبية المترتبة على انتشار استخدام وسائل الاتصال

الحديثة شيوع ثقافة الاستهلاك والتطلع إلى ما يفوق قدرات الأسرة المالية فكل فرد يريد أن يحدث جهاز التليفون المحمول الخاص به بما لمجرد الحصول على جهاز آخر متطور ذو إمكانيات أعلى للبقاء دائماً

على استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما تتهافت للوصول إليه كبرى شركات المحمول والتي تعمل على إغراق السوق كل فترة بأجهزة جديدة ذات تقنيات عالية ليقوم المستهلك بمحاولة التحديث وهو ما يرهق ميزانية الأسرة العربية وبالتالي تقع المشكلات الاقتصادية والتي قد تودي في النهاية بالأسرة بكاملها.

---

(1) ثريا جبريل وآخرون، الخدمة الاجتماعية في مجال الأسرة والطفولة، مركز بيع الكتاب الجامعي كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، القاهرة، 2002م، ص ص43- 44.

❖ تعريف المتغيرات

- المتغير المستقلة : متمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي .
- المتغير التابعة : متمثلة في التأثير السلبي والإيجابي في المجتمع.

❖ توصيات البحث:

- تعزيز دور الأسرة والمدرسة في تأصيل القيم الحميدة داخل الشباب والأطفال ومحاولة إدخال الأنشطة المختلفة على المناهج الدراسية لشغل فكر الشباب وصرف تفكيرهم عما يؤذيهم ويضرهم من وسائل التواصل الاجتماعي وخطرها.
- إشغال وقت الفراغ الخاص بالشباب بتنمية مواهبهم وممارستهم للرياضة وهذا دور الأسرة التي يجب أن تتابع أطفالها وشبابها ومعرفة ما يتميزون به ويبرعون فيه ومحاولة تقوية هذه النقاط لديهم.
- توعية الأسرة إعلاميا بمدى خطورة استخدام وسائل الاتصال الحديثة بشكل متواصل وآثاره السلبية التي قد تؤدي إلى تدمير الأسرة.

- تعزيز القيم الإيجابية التي تحملها وسائل الاتصال الحديثة والانتفاع بما تقدمه من أشياء إيجابية مثل الثقافة ونقل المعلومات المفيدة والبرامج الجيدة وتنمية العقل والفكر والمدارك والبعد عن كل ما يدعو إلى السلبية والتراخي والعنف.

الفصل الرابع

تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين

مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية

انتهت الحرب الباردة في أواخر الثمانينات من القرن الماضي، وانتهت معها عقود من التستر والتكتم على المنجزات العلمية والمعرفية والابتكارات التكنولوجية الهائلة، التي كانت مسخرة للعلوم والشؤون العسكرية ويتحكم بها قادة المعسكرين الغربي والشرقي فقط، فأطلق العنان لثورة المعلومات والاتصالات في بداية التسعينات، لتبدأ شبكة الإنترنت عصراً مدنياً جديداً، سهل الطريق لكافة شعوب الأرض في التواصل والتقارب وتبادل المعرفة، فظهرت تباعاً المواقع الإلكترونية والمدونات الشخصية والبوابات وغرف المحادثة (الدردشة) وشبكات التواصل الاجتماعية. ومن باب التعريف والمقارنة بين هذه المواقع ومدى تأثيرها على المتلقين، انطلقت هذه الدراسة الموسومة: (تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية "العربية أنموذجاً")، وتضمنت خمسة فصول معززة بالجداول والملاحق واستمارات التحليل.

المبحث الأول

أولاً: المواقع الإلكترونية: (الساكنة، الديناميكية، والتجارة الإلكترونية)، أهميتها وأنواعها وتصميمها، وأوضاعها وتفاصيلها. ثانياً: المدونات الإلكترونية: أنواعها ومحتوياتها وكتابتها وخدماتها، برامجها وتسويقها واستخدامها. ثالثاً: البوابات الإلكترونية: أهميتها ومزاياها وأنواعها وفوائدها. رابعاً: مواقع المحادثة (الدردشة): وضعها وأهميتها وفوائدها ومخاطرها.

أولاً: المواقع الإلكترونية:

منذ بداية ظهور أجهزة الكمبيوتر ومن ثم شبكة الإنترنت، شهد العالم أجمعه ظاهرة تأسيس المواقع الإلكترونية، وبادرت الهيئات والمؤسسات الحكومية إلى إنشاء مواقع خاصة بها، كذلك أقدمت الشركات والمؤسسات الأهلية الربحية وغير الربحية، إلى إنشاء مواقع متعددة حظيت باهتمام الكثير من الزوار وخصوصاً مواقع التجارة الإلكترونية، وفي الواقع فإن هذه المواقع أصبحت تتنافس مع المواقع التابعة للدولة.

كذلك قامت وسائل الإعلام بأشكالها المتعددة من فضائيات تليفزيونية وصحف ومجلات ودور نشر ومؤسسات أبحاث، بحجز مواقع تابعة لها على شبكة الإنترنت ولم يقتصر على ذلك، بل لجأ العديد من الأفراد خصوصاً المثقفين منهم كالشعراء والفنانين والكتاب عموماً، إلى تأسيس مواقع إلكترونية خاصة بهم لإبراز دورهم ونشر إبداعاتهم ونتاجاتهم الثقافية والفكرية وغيرها.

إن شبكة الإنترنت هي عبارة عن مجموعة من المواقع الإلكترونية تحتوي على كم هائل من المعلومات الرئيسية في مختلف المجالات وعلى كافة الأصعدة، ويتألف الموقع الإلكتروني الواحد عادة من صفحة واحدة أو عدة صفحات، ويحتوي على مجموعة من المواضيع وملفات الفيديو والصور وغيرها، وبإمكان أي مستخدم لشبكة الإنترنت الدخول إلى هذه المواقع المتاحة

في أي وقت يشاء، والوصول بثوان معدودة إلى أية معلومات يريدها ومن مصادرها الرئيسية وفي أي مكان من العالم، وفي ظل مقولة رددها (بيل جيتس) باستمرار تؤكد: "إن مستقبل الصحافة المطبوعة يتمثل في استخدام الإنترنت" (35)، وتنقسم هذه المواقع الإلكترونية إلى قسمين رئيسيين هما:

1. المواقع المؤسساتية: هي مواقع مملوكة لمؤسسة أو شركة، وهي عبارة عن مجموعة من الصفحات الثابتة، تحتوي على معلومات عامة عن تلك الشركة أو المؤسسة، وعن نشاطاتها والخدمات التي تقدمها، والمنتجات التي تعرضها وتروج لها، كما وأنها تحتوي على بيانات تخصها، وعنواناتها وطرق الاتصال بها. هذه الصفحات يمكن أن يقال عنها أنها ثابتة على مدار اليوم على الشبكة العنكبوتية، وتعتبر هذه الصفحات أفضل وسيلة إعلامية ودعائية للمؤسسة

أو الشركة، كونها متاحة لكافة زوار الشبكة في عموم المعمورة. ويعتبر الموقع الإلكتروني الطريقة المفضلة للتعامل مع العملاء، والإجابة على أسئلتهم وتلبية طلباتهم، كما وأنه يساعد في الترويج وبيع المنتجات أكثر مما تقوم به وسائل الترويج والبيع الأخرى، وبهذا يتحقق كسب الوقت والجهد.

2. تتميز هذه المواقع كما يراها الدكتور محمد الموسوي بالتالي:

"أولاً: دعم المنتج الذي تصنعه أو تبيعه الشركة التي ترعى الموقع.

ثانياً: الإعلان عن المنتج الذي تقوم الشركة أو المؤسسة بإنتاجه.

ثالثاً: المساعدة على بيع المنتج الذي تقوم الشركة صاحبة الموقع بإنتاجه، من خلال عمليات التسويق الشبكي.

رابعاً: لا تحتوي هذه المواقع على مواد صحفية سواء إخبارية أو معلوماتية، ولا تستخدم غالباً قوالب إعلامية أو صحفية، وتقتصر على التعريف بالشركة أو المؤسسة والتعريف بالسلع والخدمات التي تقدمها، وربما تقوم بعرض منتجات لشركات أخرى، وعمل إعلانات تجارية لسلع وخدمات غالباً ما تدخل في مجال تخصص الشركة التجارية.

خامساً: لا تعتمد هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة، وغالباً ما يتم متابعتها من خلال شركات متخصصة تقوم بتحديث بيانات الشركة أو إضافة الإعلانات المطلوبة، وربما يتم تدريب بعض الموظفين في الشركة أو المؤسسة للقيام بمهمة التحديث. سادساً: لا تعتمد هذه المواقع على خبرات إعلامية أو صحفية متخصصة وربما يلجأ بعضها إلى خبراء في مجال الإعلان والدعاية، خاصة في المواقع المملوكة لكبرى الشركات التجارية" (36). (17- الموسوي).

3. المواقع الشخصية: هي مجموعة من الصفحات الخاصة بصاحب الموقع، تحتوي على معلومات خاصة به، وكتابات وأفلام فيديو وتسجيلات صوتية وصور فوتوغرافية، ويعرض فيها آرائه

4. ومواقفه، وهذا ما يتيح لزوار الموقع الإطلاع عليها ومناقشتها بشكل مباشر معه. ويفضل بعض أصحاب المواقع أن يجعلوها مغلقة، ولا تتاح للزوار فرصة التعليق والردود والإضافات والتغيرات، كالحذف والإضافة للصور والتسجيلات وأفلام الفيديو وغيرها، ويتاح لهم فقط تصفح الموقع والإطلاع على محتوياته. ويعمد البعض الآخر من أصحاب

المواقع على إضافة خدمات إضافية لجلب الزوار من متصفحي الإنترنت مثل: عرض أحوال الطقس وأسعار العملات ودليل المواقع الأخرى، كذلك إضافة صفحات ثقافية ورياضية وغيرها.

ويعتبر "الموقع الشخصي هو أفضل وسيلة للتواصل بين الشخص والعالم الخارجي، حيث يقوم بتوفير بيئة للتواصل مع متصفحي الإنترنت من خلال هذا الموقع، ويقوم بتحديث موقعه عن طريق حاسوبه الشخصي، فمثلاً لو كان مصوراً أو رساماً أو كاتباً يرغب في إبراز هواياته وإمكانياته على الانترنت فإن الموقع الشخصي هو الحل لذلك.. المواقع الشخصية هي التي تبرز مواهبك وتعكس الطابع الخاص بك، مما يتيح لك توسيع إمكانية الوصول إليك عن طريق الإنترنت.. وتمكنك من التعبير عن الذات والخصوصية، وخلق الهوية الخاصة بك على الانترنت".

(62 ، موقع إلكتروني).

ولا تقتصر المواقع الإلكترونية على هذين التصنيفين فقط، بل هناك مواقع أخرى تتميز بخاصية متفردة وتقدم خدمات جيدة مثل: (موقع غوغل، موقع ياهو، وموقع أم أس أن وغيرها)، التي تقدم خدمة البريد الإلكتروني المجاني وخدمات أخرى.

<u>أنواع المواقع الإلكترونية:</u>

للمواقع الإلكترونية أنواع كثيرة، ولا يمكن حصرها في أعداد محدودة، فهناك مثلاً: (المواقع السياسية والاقتصاد والتجارية والسياحية والعلمية والثقافية والاجتماعية والرياضية، والمواقع الصحفية وغيرها)،

لكن يمكن الحديث عن أنواع المواقع من الزاوية الفنية والتطبيقية، وبهذا فإنها تنقسم إلى ثلاثة أنواع أساسية: المواقع الساكنة، المواقع الديناميكية، ومواقع التجارة الإلكترونية.

المواقع الساكنة: (Static Web Site) تحتوي هذه المواقع على بعض النصوص والصور، بالإضافة إلى مواد نصية وغرافيكية ثابتة ومتحركة، تتفق وسياسة القائمين على إدارة الموقع، والفكرة الأساسية من إنشائه، ولكن لا يستطيع القائمون على الموقع تغير البيانات وتحديثها بشكل ديناميكي، ولا حتى متصفحي الموقع بإمكانهم إضافة ردود أو تعليقات أو أية مشاركة أخرى، لأن هذا النوع من المواقع لا يمتلك قاعدة تحديث البيانات (Data Base). حيث "يتطلب تغيير أي معلومة أو صورة باستخدام أدوات ولغات تطوير المواقع، ثم إعادة نشره على الإنترنت مرة أخرى، وبالطبع فإن عدد صفحات الموقع غير محدود ويمكن إضافة المزيد في أي وقت طبقاً للمحتوى المطلوب للموقع". (63 ، موقع إلكتروني).

1. المواقع الديناميكية: (Dynamic Web Site) يتميز هذا النوع من المواقع الديناميكية بخاصية قاعدة البيانات (Data Base)، وبهذا يختلف عن المواقع الساكنة،حيث يتاح لأصحاب هذه المواقع أو المسئولين عن إدارتها، دون الرجوع إلى الشركة المصممة أو المسئول عن تصميم الموقع، إجراء التغيرات والتحديثات كالحذف

والإضافة وإدخال المعلومات الجديدة، وتحديث البيانات وترتيب الصور، بالإضافة إلى التحديث المستمر يومياً، أو حتى لساعات محددة، وقد وصل الحال في بعض المواقع أن تحدث معلوماتها كل عشرة دقائق، ومثال ذلك مواقع محطة (CNN) وتليفزيون (BBC) وغيرها.

ولإجراء هذه التغيرات والتحديثات السريعة يستخدم المسئول عن الموقع لوحة تحكم بشفرة سرية خاصة. ويتم وذلك من خلال "إدخال وإظهار المعلومات وجداول البيانات والصور الموجودة بصفحات المواقع الديناميكية

من خلال قواعد بيانات (Data Bases) كبيرة تسمح بالإضافة والتحديث المستمر للصفحات، ولهذا أطلق عليها المواقع الديناميكية، ويقوم صاحب الموقع أو المسئول عن إدارته بتحديث بيانات الموقع، من خلال لوحة تحكم مؤمنة دائماً بكلمة سر لا يعرفها سوى مسئول إدارة الموقع".

(63، موقع إلكتروني).

2. مواقع التجارة الإلكترونية: (E- Commerce) تعتبر هذه المواقع سوقاً مفتوحة للزوار، حيث تعرض خدماتها ومنتجاتها الإلكترونية للناس، وتعتبر أيضاً أكثر مواقع الإنترنت تطوراً وأهمها تجارياً، وقد "أصبح الإنترنت سوقاً واسعاً للشركات، بعض الشركات الكبيرة وسعت من أعمالها واعتمدت ميزة (قلة تكلفة) الإعلان والاتجار عبر الإنترنت، والذي يعرف بالتجارة الإلكترونية (E-Commerce). وهي تعتبر أسرع طريقة لنشر المعلومات إلى عدد كبير من الأفراد. ونتيجة لذلك قامت الإنترنت بعمل ثورة في عالم التسوق.

3. كمثال، شخص ما يمكنه أن يطلب شراء (أسطوانة مدمجة) عبر الإنترنت وسوف تصله عبر البريد العادي خلال يومين، أو بإمكانه تنزيلها مباشرة عبر الإنترنت إذا تيسر ذلك. أيضاً قامت الإنترنت بتسهيل عملية التسوق الشخصي، والذي يتيح لشركة ما أن تسوق منتج لشخص معين أو مجموعة معينة من الأشخاص بطريقة أفضل من أي وسط إعلاني". (9- عامر ص 187).

وتحتوي هذه المواقع على دليل إلكتروني يضم صفحات عديدة، تشرح للمتسوقين مضامين ومواصفات وخصائص ومميزات وفوائد الخدمات التي تقدمها والمنتجات التي تعرضها.

ويستطيع المتسوق من خلال تصفح هذا الدليل اختيار الخدمة أو البضاعة التي يرغب بشرائها، ويقوم بدفع ثمنها إلكترونياً من خلال (كارتات بنكية) ومصرفية معتمدة وموثوقة مثل: (فيزا كارت وماستر كارت وغيرها)، ومن هذا المنطلق "تقوم فكرة مواقع التجارة الإلكترونية من الناحية العلمية على إنشاء موقع ديناميكي، يحتوى على كتالوج إليكتروني أو صفحات تشرح المنتجات أو الخدمات التي تقدمها الجهة صاحبة الموقع، مع السماح للمتصفح باختيار ما يرغب منها للشراء ودفع ثمنها باستخدام (كروت) في إرسال أو شحن المنتجات أو الخدمات المطلوبة للعميل المشترى في مكانه". (63، موقع إلكتروني).

ويتوجه هذا النوع من التجارة إلى جيل الشباب والمراهقين كما يقول الدكتور فتحي حسين عامر: "كأمثلة على التسوق الشخصي، مجتمعات الإنترنت والتي يدخلها الآلاف من مستخدمي شبكة الإنترنت ليعلنوا عن أنفسهم ويعقدوا صداقات عبر الإنترنت. وبما أن مستخدمي هذه المجتمعات تتراوح أعمارهم بين (13-25) عاماً، فإنهم حين يعلنوا عن أنفسهم فهم يعلنون بالتالي عن هوياتهم واهتماماته، ومن هنا تستطيع شركات التسويق عبر الإنترنت استخدام هذه المعلومات للإعلان عن المنتجات التي توافق رغباتهم واهتماماتهم". (9- عامر ص 187).

أنماط المواقع الإلكترونية:

بأتساع شبكة الإنترنت، تعددت المواقع الإلكترونية التي تقوم بمهمات عديدة وفقاً للغرض من إنشائها، سواء أكانت مؤسساتية أو شخصية، وهي بتعددها هذا تقدم الكثير من الخدمات المتنوعة، وتصنف هذه المواقع إلى أنماط متعددة هي:

1) المواقع المعلوماتية: تظم هذه المواقع من حيث المحتوى والمضمون الذي ينشر عليها مجموعة من التصنيفات منها:

- المواقع التعريفية: وتشمل مواقع الشركات والمؤسسات والمواقع الشخصية، وتتيح لزوارها الإطلاع على خدماتها ومنتجاتها ونشاطاتها، ويجري تحديثها بفترات متباعدة، وهي بمثابة دليل أو كراس تعريفي تقدمه إلى زائريها، وتقدم لهم معلومات أولية وبسيطة عما تريد الإعلان عنه، وعادة ما تذيل المواضيع المنشورة فيها بعبارة: (للمزيد من التفاصيل زوروا الموقع التالي).

ويقول عنها الدكتور محمد الموسوي: "تقوم هذه المواقع بالتعريف بأنشطة وفعاليات المؤسسات التي أسستها وهي غالباً ما تكون مؤسسات غير ربحية، مثل المؤسسات الخيرية والعلمية والفكرية والثقافية. وغالباً ما تكتفي مثل هذه المواقع بنشر الفعاليات الخاصة بالمؤسسة دون الاهتمام

بالتغطيات الصحفية والإعلامية، أو حتى الاستعانة بمتخصصين لتغطية أنشطتها وفعالياتها، وقد تقدم بعضاً من الخدمات المعرفية أو المعلوماتية للمهتمين، إلا أنها تتسم في الغالب بتباعد مدة التحديث للموقع". (17- الموسوي).

- المواقع المعرفية المتخصصة: هي مواقع ذات أهمية كبيرة لزوارها، كونها تقدم المعرفة المتجددة والمعلومة المحدثة في سياق تخصصي، تشمل شخصيات معينة أو مواضيع ذات أهمية أو مبتكرات علمية حديثة، مستخدمة الأساليب المكتوبة والمسموعة والمرئية. ومن هذه المواقع هي: مواقع العلماء والشخصيات المشهورة، وما يقدمونه من جديد في مجالات العلم والمعرفة والثقافة والفنون، كالطب وعلوم
الطبيعة والمبتكرات الجديدة والدوريات الثقافية والمعرفية. وتركز هذه المواقع على "التعريف بصناع الأحداث والمشاهير في العالم من خلال المواقع الخاصة بذلك وعمل تقارير وبروفيلات عنهم". (7- السيد ص 142).
- المواقع الإخبارية: وهي عادة تقدم أحدث وآخر الأخبار من موقع الحدث، وتهتم بالخبر الصحفي حين حدوثه، وتجدد هذه المواقع وتحدث أخبارها على ضوء المستجدات التي تحدث في العالم، وهي عادة ما تكون واجهة لبعض وسائل الإعلام المرئية والمكتوبة، كالمواقع الإلكترونية للفضائيات التلفزيونية مثل: (محطة "CNN" وفضائية "BBC" وقناة روسيا اليوم وقناة الجزيرة وقناة العربية)،

والصحف مثل: (واشنطن بوست والكرديان وكومر سانت الروسية والأهرام المصرية والمدى)، وغالباً ما تكون تغطيتها ضمن حدود جغرافية محددة، ولأحداث آنية وساخنة تجتاح المنطقة.

"تتكامل هذه المواقع مع مؤسسات إعلامية، سواء أكانت صحفية أو إذاعية أو فضائية، مثل مواقع الصحف الورقية، والمحطات الفضائية، وتتسم هذه المواقع بعدد من المواصفات: أولاً: الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها، وتدعم دورها الإعلامي، سواء أكان دوراً إذاعياً أو فضائياً أو صحفياً. ثانياً: إعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه في المؤسسات الأساسية التي تقوم بدعمها والتكامل معها. ثالثاً: لا تنتج مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية، إلا في نطاق ضيق، وربما يتم إعادة إنتاج المواد المتوفرة في المؤسسة، بما يتلاءم مع طبيعة الإنترنت".

(17- الموسوي).

- المنتديات: انتشرت بشكل كبير في السنوات الأخيرة، هذه النوعية من المواقع في العالم أجمع، لبساطتها وسهولتها ولما تقدمه لمرتاديها من مواضيع ترفيهية وحياتية يومية، تتيح للزوار فرصة كبيرة للمحادثة (الدردشة) حول تلك المواضيع، والأسئلة التي يثيرها (الآدمن) أو المتداخلين أحياناً، وقليل جداً ما نجد من بينها مواقع متخصصة في مجالات محددة تميزها عن غيرها، وتقدم فائدة ذات قيمة لزوارها.

"والمنتديات أنواع منتشرة على شبكة الإنترنيت ومتاحة للمستخدم أن يكتب فيها ما يريد بمجرد الاشتراك الذي لا يكلف سوى كتابة الإيميل وكلمة سر خاصة به، ويصبح عضواً مشتركاً في هذه المجموعة أو المنتدى".

(13- محمد ص 52).

ويقول عنها موقع ثورة الويب بأنها: "مواقع تتيح للأعضاء المنتسبين لها المشاركة المتمثلة في كتابة المواضيع أو الرد على المواضيع التي يكتبها الآخرون، وهي مواقع منتشرة في الويب العربي لكن القليل منها متميز ومتخصص في مجالات مفيدة". (64، موقع إلكتروني).

وكما يقول الدكتور محمد الموسوي "تركز هذه المواقع على عملية التفاعل مع الزوار من خلال: أولاً: المنتديات وساحات الحوار المكتوبة. ثانياً: غرف المحادثة (الدردشة). ثالثاً: الحوارات الصوتية التفاعلية. رابعاً: المجموعات البريدية. لا تعتمد مثل هذه المواقع على هياكل إدارية كبيرة، وتقتصر في الغالب على عملية المتابعة والمراقبة من خلال مشرفي المجموعات البريدية أو مشرفي ساحات الحوار، ولا تشترط هذه المواقع كفاءة أو خبرة فنية إعلامية أو صحفية للمشاركين فيها أو المشرفين عليها، ولكنها تحتاج إلى توفر مهارات النقاش والتفاعل الشخصي مع الزوار لدى مشرفي الموقع". (17- الموسوي).

2) **المواقع الخدمية: يقتصر عمل هذه المواقع على تقديم الخدمات المتنوعة لزوارها، ولا تكترث كثيراً بتقديم المعرفة والثقافة والمعلومات العامة، ويجري تصنيفها كالآتي:**

- **الشبكات الإجتماعية: تعتبر هذه الشبكات من أكثر وأوسع المواقع على شبكة الإنترنت انتشاراً واستمراراً، لتقديمها خاصية التواصل بين الأفراد والجماعات المستخدمين لها، حيث تمكنهم من التواصل وتبادل الأفكار والآراء والمعلومات والملفات والصور وأفلام الفيديو. ويقول عنها موقع ثورة الويب: "هي مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير وأصبحت أكبر وأضخم مواقع في فضاء الويب ولا زالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع. هي مواقع تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصل جديد ما يكتب ويضيف ذلك الصديق إلى صفحة صديقه. كما أنها تمكن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته، فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع. أما أشهر تلك المواقع فهما: (فيس بوك و تويتر)". (64، موقع إلكتروني).**

- ب- خدمات المشاركة: هي مواقع متخصصة بنشر ومشاركة ملفات معرفية وعلمية، سياسية واجتماعية، ثقافية ورياضية وغيرها، ومن هذه المواقع المتخصصة (اليوتوب)، الذي يقدم الأحداث بالصور مثل:

(مقاطع الفيديو). وهي: "مواقع تتيح للآخرين نشر ملفاتهم ومشاركة العالم المعرفة الموجودة في تلك الملفات، هذه المواقع أما تكون متخصصة في نوع معين من الملفات مثل موقع (اليوتيوب) المتخصص في مشاركة مقاطع الفيديو أو (فليكر) المتخصص في مشاركة الصور، أو مواقع تتيح مشاركة الملفات بشكل عام فلا تشترط نوع محدد من الملفات، مثل موقع (Shared4)". (64 ، موقع إلكتروني).

- الخدمات البرمجية: تتميز هذه المواقع بتقديم خدمات خاصة ومهمة لمتصفحيها على الإنترنت، فهي تقدم لهم برامج تساعدهم في تأدية بعض المهام مثل: تحرير الصور وتعديلها، دون اللجوء إلى تنصيب أو تحميل برامج أخرى، تقوم بنفس الغرض على أجهزتهم الخاصة، وتغنيهم هذه المواقع أيضاً عن البرامج التي تدور حول المهام المعقدة، والتي تتطلب جهاز كومبيوتر ذات مواصفات متنوعة ومتطورة، إضافة إلى الجهد الكبير الذي يبذل في تنصيبها."هي مواقع تغنيك عن استخدام بعض البرامج

- وتتيح لك تأدية بعض المهام التي عادة ما تؤديها داخل حاسوبك باستخدام أحد البرامج، فتقوم باستخدام البرنامج الموجود في الموقع لأداء المهمة من غير تحميل أو تنصيب أي برنامج على جهازك. من الأمثلة المشهورة لهذا النوع، المواقع التي تقدم خدمات تحرير الصور وتعديلها، وهنالك العديد من المواقع الخدمية من هذا النوع لكن أغلبها تدور حول المهام غير المعقدة والتي لا تتطلب جهوداً حاسوبياً كبيراً لتنفيذها". (64، موقع إلكتروني).

الخدمات السريعة: تتميز هذه المواقع بخدماتها البسيطة، لكنها في نفس الوقت تقدم خدمة ضرورية تتمثل في: (تقصير عنوانات الصفحات الطويلة وجعلها قصيرة، يسهل إرسالها عبر موقع تويتر)، ولا بد من التوضيح هنا، إن هذه الخدمة تتعلق بالمواقع الإلكترونية والشبكات الاجتماعية على وجه الخصوص. "وهي مواقع تؤدي مهام بسيطة لكنها مطلوبة، عادة ما تكون هذه المهام متعلقة بمواقع الكترونية أو بشبكات اجتماعية أخرى. ويتميز هذا النوع عن السابق أن المهام تكون عادة بسيطة وسريعة وفي نفس الوقت مطلوبة بكثرة بين مستخدمي الانترنت. من أمثلة هذا النوع مواقع خدمة تقصير الروابط (تقصير عنوانات الصفحات الطويلة وجعلها قصيرة يسهل إرسالها عبر موقع تويتر) أو مواقع تقدم خدمات لأصحاب المواقع الأخرى، وغيرها من المواقع". (64 ،موقع إلكتروني).

ويرى الباحث أنه: "من خلال نظرة واقعية يتبين أن البعض من المواقع الإلكترونية فشلت في تأدية الغرض المطلوب منها والذي تأسست من أجله، ولم تستطع تقديم أية مواد أو مواضيع أو غيرها، يمكن أن تكون ذات فائدة كبيرة لزوارها، بل العكس صحيح فإنها أضرت بمستخدميها، حيث أخذت تتجه لأمور ذاتية دعائية وتطرح أفكاراً وآراء أقل ما يقال عنها بسيطة ومتخلفة ومواضيع ليست ذات فائدة تذكر.

وبالمقابل فقد نجحت الكثير من المواقع الإلكترونية في إرساء أعمدة الصحافة الإلكترونية، وحققت لزائريها صحافتهم الخاصة وفق مفهوم (صحافة المواطن)، وازداد انتشار مواقع المدونات الإلكترونية بشكل لافت

للنظر، في الولايات المتحدة الأمريكية والدول الأوربية وبعض مناطق العالم الأخرى، وشمل معظم الدول العربية أيضاً، منذ بداية العقد الماضي وخصوصاً تلك المدونات الشخصية، أو تلك التي يشترك فيها مجموعة من الناس لهم هموم وأهداف ومصالح مشتركة".

ثانياً: المدونات الإلكترونية:

انتشرت المدونات الإلكترونية بشكل ملحوظ وملفت للنظر على شبكة الإنترنت، وأتخذ التدوين الإلكتروني خطاً مميزاً له بين المواقع الإلكترونية، ويقول الدكتور هشام عطية عبد المقصود: "وفي هذا السياق يرى الباحثون أن المدونات أعادت تنشيط المجال السياسي ودعم مشاركة المواطنين، نتيجة كونها تنمو بمعدلات مؤثرة وتتيح قدرات تفاعلية عبر الروابط والنصوص الفائقة والإحالات لمختلف المصادر.

كما وجد الباحثون أن المدونات السياسية ترتبط ببعضها بصورة مكثفة، تعيد دمج مجموعات منفصلة متنوعة التوجهات في سياق أوسع مما يجعل منها مجالاً عاماً، ولذلك (فهي من خلال مواصفات هيكلية في بنيتها تكون مجالاً عاماً مثالياً من حيث سهولة التصميم وانتشار برامجها، ومن محدودية التكلفة وسهولة التشغيل وتضمين التعليقات والروابط وملفات الصوت والفيديو والنصوص وكل ذلك يتم في دقائق معدودة كما أنها تمنح فرصاً متساوية في التواجد والمشاركة وتتسع لتشمل الجميع)".(10- عبد المقصود ص 27).

ويرى الدكتور مصطفى عباس صادق إن صحافة المدونات الإلكترونية هي صحافة الإنترنت، وبالحديث عن التدوين العربي يرى أن المدونات العربية هي صحافة المواطن العادي ويقول: "تمر صحافة الإنترنت مع التطور التكنولوجي الذي بات يعرفه عالم الإنترنت، بالإضافة إلى التطور الملحوظ أيضا في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بالمرحلة أو الموجة الثالثة التي نعيشها الآن، تلك التي تتميز أساساً باستعمالها للوسائط المتعددة الاتصال (Multi Media).

كما تتميز صحافة الإنترنت التي تشتهر تحت اسم المدونات، أنها من تحرير مواطنين عاديين بالدرجة الأولى، ثم من طرف صحافيين يحاولون استغلال فضاء الحرية المطلق للتعبير عن آرائهم التي تواجه في الغالب بمقص الرقيب في الدول العربية، الأمر الذي أدى بالعديد من التجارب الصحافية في الإنترنت لأن تصبح صحافة المواطن. هذه الصحافة التي اعتبرها البعض بأنها: (نشاط للمواطنين يلعبون خلاله دوراً حياً في عملية جمع وتحرير وتحليل الأخبار، وبأن هذه المشاركة تتم بنية مد الوسائل الإعلامية بمعلومات دقيقة وموثوق بها ومستقلة تستجيب لمتطلبات الديمقراطية". (66، موقع إلكتروني).

في ضوء ما تقدم يتضح أن صحافة الإنترنت أو صحافة المواطن المتمثلة بالمدونات، هي الصحافة التي ستخلف الصحافة الورقية صاحبة الجلالة، وهي الصحافة الجديدة الوافدة، كما يراها ياسر بكر في كتابه الإعلام البديل، بالقول: "تشير الدلائل كلها وأغلب الدراسات المتخصصة، إلى أن الصحافة الورقية في طريقها لتحتل مكانها في متحف التاريخ، شأن كل الأشياء الجميلة التي أسعدت البشرية، وبانتهاء دورها انسحبت في جلال لتمنح الفرصة، لوافد جديد قادر على العطاء وإسعاد الإنسان".(3- بكر ص 180).

وتورد موسوعة ويكيبيديا رأياً حول المدونات الإلكترونية (Weblog) أو (Blog) بأنها: "منشورات على شبكة الويب تتألف بالدرجة الأولى من مقالات دورية، وتكون في معظم الأحيان مرتبة زمنياً بشكل معكوس".

(66 ،موقع إلكتروني).

وتختلف هذه المدونات من حيث الإمكانيات والإطارات الفنية وهي:

1) كتابة المدونة إلكترونية:

أصبح التدوين الإلكتروني بفضل التقنية الحديثة من الأمور السهلة المتاحة، وقد انتشر مصطلح استخدام التدوين الإلكتروني بين عموم الناس، ويتمثل التدوين الإلكتروني بطرق عديدة لإيصال الفكرة الخاصة لصاحب المدونة.

- خدمات التدوين الإلكتروني: حتى يتمكن المرء من إنشاء مدونة إلكترونية خاصة، عليه أن ينشأ حساب على أحد الموقع، ثم يمكنه التدوين مباشرة، وتعتبر خدمة (Blogger) من أهم خدمات التدوين، ويعرفها معهد ستايل بالقول: "تتميز خدمات التدوين بإمكانية استخدامها من أي مكان يمكنك الوصول منه إلى شبكة الإنترنت. حتى أن بعض الخدمات تمنحك إمكانية التدوين عن طريق إرسال رسائل عبر الهاتف المحمول. ويكمن الجانب السلبي لخدمات التدوين في أنك لا تمتلك القيود على حاسوبك الخاص بك إلا إذا قمت بنسخها بشكل منفصل عليه. حيث يعني ذلك أنه في حال كانت قيودك فقط على الخادم الخاص بمزود خدمة التدوين وتم فقدانها
- من هناك لسبب ما فإنك ستفقد قيودك إلى الأبد، لأنك لا تمتلك نسخة احتياطية منها على حاسوبك الشخصي". (69 ،موقع إلكتروني).
- برامج التدوين الإلكتروني: تنقسم هذه البرامج إلى ثلاثة أنواع: النوع الأول: يمكن تشغيله من سطح المكتب، وذلك بإنشاء مدونة كاملة ومن ثم نسخها ووضعها على خدمة الويب الخاصة بك، ويتميز هذا النوع

بسهولة التحكم بالمدونة وإرسالها لمن تريد. النوع الثاني: يكون مثبت على جهازك الخاص، ويتطلب منك فقط الدخول إلى خدمة التدوين الإلكتروني، وتمنح هذه الخاصية خيارات عديدة للتحكم في المدونة، عند التعامل مع خدمة التدوين. النوع الثالث: هو كتابة ونشر المدونة على نفس الموقع، الذي أنشأت عليه موقعك.

- **إقبال القراء على المدونة: من الضروري تسجيل المدونة على محرك البحث، حتى يتمكن الزائرون من الوصول إليها، كذلك باستطاعة المرء وضع مدونته في دليل المدونات الإلكترونية مثل موقع (Catalg Blog).**
- **التفكير قبل التدوين: قبل أن يبدأ المرء بنشر مدونته، عليه أن يضع في حسابه أمرين مهمين: أولهما: إذا كانت المدونة عامة ومتاح للجميع قراءتها، وقد يكون منهم أفراد عائلته وأقاربه وجيرانه، فعليه أن يتخذ الحيطة والحذر بما يكتب وينشر. ثانيهما: إنه لن يتمكن من إزالة المادة الأصلية من شبكة الإنترنت، حتى لو قام**

بإزالتها من موقعه الإلكتروني، ومن الضروري التفكير بإمعان وبجدية ودقة، في كل مادة يكتبها في المدونة، وكل تعليق على شبكة الإنترنت.(70 ،موقع إلكتروني).

ويخلص الباحث إلى القول: إن ظاهرة المدونات أصبحت من المسلمات البديهية في عالم الإنترنت، ووسائل الإعلام الإلكترونية والاجتماعية الجديدة، وهي تجسيداً لمصطلح (صحافة المواطن) التي هي

إحدى ثمرات الإعلام الجديد، وإن هذه المدونات عادة ما يصدرها أشخاص بمفردهم أو مجموعة من الناس متعاونين فيما بينهم، ويهدفون من خلالها نشر أفكار أو

آراء سياسة وثقافية واجتماعية وغيرها، أو حتى جعلها فسحة للترفيه وقهر الزمن، يقصدون من ورائها خلق أعوان ومؤيدين لهم وأصدقاء في عالم افتراضي.

وأصبحت هذه المدونات تنتشر على مواقع الويب بشكل كبير لسهولة تصميمها وقلة تكلفتها، حيث تقدم مواقع مثل: (مدونات غوغل " Google Blogs") خدمة مجانية للتدوين، إضافة إلى برامج مهمة ومجانية تساعد في إنشاء هذه المدونات، التي لا تحتاج إلى مهارات كثيرة في التصميم والبرمجة، وهي بالتالي مبسطة ومن السهولة الوصول إليها.

ثالثاً: البوابات الإلكترونية:

البوابة (Portal): هي نقطة البداية بمفهوم ولغة الإنترنت للوصول إلى المواقع إلكترونية الأخرى، وهي أيضاً المخزون الذي ينهل منه المتصفح ما يحتاج إليه من خدمات أو معلومات، وتتعدد على هذا الأساس أنواع البوابات فمنها: الأفقية والعمودية والمؤسساتية. ولقد ساعدت البوابات على تسهيل الاتصال بين الباحثين الأكاديميين والمشرفين عليهم، حيث مكنت الطرفين من التواصل المستمر والوثيق كل في مكانه،دون الحاجة إلى التنقل أو اللقاء المباشر. وتقدم البوابات خدمات عديدة وواسعة تعتمد بالأساس على التعليم والتثقيف وتسهيل عمليات البحث وفق أحدث المنجزات العلمية.

كما يقول الدكتور عبد الرحمن فراج في البوابات الإلكترونية وعن (دورها في الإفادة من المعلومات المتاحة على الإنترنت): "وقد أصبحت أهمية البوابات أكثر ضرورة أيضاً في مجال التعليم والتعليم العالي حيث التواصل

بين المشرفين الأكاديميين والدارسين ليس متاحاً وجهاً لوجه في كل الظروف لذلك فمن الممكن للدارس أن يحصل على المادة العلمية ويطلع على سجلاته الأكاديمية وهو في بيته بالإضافة إلى فوائد أخرى".

(71 ،موقع إلكتروني).

ويرى الباحث في هذا الشأن: "أن البوابة هي المدخل الأساسي للتواصل مع المواقع الإلكترونية الأخرى، كما أنها تعني أيضاً الباب الذي بالإمكان الدخول منه إلى عالم الإنترنت وثورة المعلومات والفعاليات الأخرى، وهي أيضاً المخزون الذي ينهل منه المتصفح ما يحتاج إليه من خدمات أو معلومات، وترافق البوابات عملية تنظيم دقيقة لتسهيل الوصول إلى أهم المواضيع التي تهم متصفحي الإنترنت، وتعتمد البوابات

في استمرار وجودها على الإعلانات التي تنشرها على صفحاتها، والبوابة كلمة مأخوذة من الإنكليزية (Portal) بمعنى المدخل أو الباب، وفي لغة الإنترنت فأنها تعني الموقع الإلكتروني المليء بالمعلومات والأخبار المتعلقة بقضية محددة أو تخص شخصاً بحد ذاته، وللوصول إلى البوابة من الضروري قيام الشخص بالتسجيل فيها، باعتباره سيكون من ضمن مستخدمي موقعها".

ظهور البوابات:

كان الباحثان (ديفيد فيلو وجيري يانغ) أول من أسس دليلاً لمواقع الويب، وحمل هذا الدليل أسميهما (جيري يانغ)، وتم اعتباره دليلاً للشبكة العالمية (WWW)، وبادرت شركات عالمية كثيرة لتبني هذا الدليل الذي كان النواة الأولى لانطلاق موقع ياهو (Yahoo) المعروف، الذي وفر بدوره خدمات عديدة مثل: التقويم (Calendar) ودفتر العناوين (Address Book) وخدمة البريد الإلكتروني (E-mail Service).

وتوضح (ماري بيث فيكو) في كتابها (المصادر الإلكترونية.. سبل الوصول إليها وقضاياها) ظهور الشبكة العنكبوتية (الويب) بالقول: "ظهرت الشبكة العنكبوتية واختصارها ويب، (ويشار إليها أيضاً بـ "www" أو "w3" في نصوص معينة)، في عام 1989، بواسطة (تيم بيرنيرز لي "Tim Berners") في معمل فيزياء الجزيئات الأوربي والمعروف بـ (CERN)، وكان في الأصل مصمماً على أنه شبكة تعمل بنظام النص الفائق لنقل الوثائق والاتصال بين أعضاء جمعية فيزياء الطاقة العالية.

وقد صممت الشبكة لتشمل القدرة على نقل الصورة والصوت، والقدرة على نقل الصور،

وقد تغير شكل الويب من مجرد أداة نقل تستخدم في الأساس لتبادل المعلومات العلمية إلى مصادر متعددة الأشكال، والتي تستخدم في الترفيه والسفر ومعلومات لأغراض عامة، وبالإضافة إلى ما سبق أصبحت الويب أكثر تجارية، واشتملت على إعلانات ممولي الإنترنت، ومحركات البحث والبرمجيات،وممولي خدمات التليفون بعيدة المدى أو حتى التليفونات المحمولة". (11- فيكو ص 61-62).

ويرى الدكتور (عبد الرحمن فراج): "إن أدوات البحث عن المعلومات المتاحة على الإنترنت عديدة هي، مثل: محركات البحث (Search Engines)، ومحركات البحث المتعددة (Meta-Search Engines)، والأدلة الموضوعية (Subject Directories)، والبوابات (Portals)، وفهارس الشبكة الخفية (Invisible Web Catalogs). ويعد مصطلح نظم اكتشاف المصادر (Resource Discovery Systems) مفهوماً واسعاً ينطوي على جميع الأدوات السابقة". (71 ،موقع إلكتروني).

ويورد (نجاح العلي) في مدونته المتفرعة من مدونة مكتوب قولاً للدكتور عبد الرحمن فراج، إن محركات البحث: "التي يطلق عليها أحياناً (كشافات الويب)، تعد وسيلة سريعة للحصول على المعلومات، إلا أن دورها يكاد ينحصر في كونها نظام لنقل البيانات (Data Transport) من المواقع ذاتها إلى مرصد بيانات المحركات. فيما تقوم محركات البحث المتعددة بتعظيم إمكانات المحركات المفردة، وذلك بإتاحة الفرصة للمستفيدين بالبحث في بعض المحركات المفردة في نفس الوقت، وذلك لأجل الحصول على رؤية أكثر شمولاً عن محتويات الشبكة العنكبوتية في هذا الموضوع".(72 ،موقع إلكتروني).

وحول إمكانية البحث في هذه البوابات يقول (ألفراج): "أما فهارس الشبكة الخفية فتنصب مهمتها على البحث عن المواد التي لا تكشف بواسطة المحركات. وتعد الأدلة، على عكس ما سبق، أدوات أكثر نسقية، حيث تقوم بتوفير مصادر معلومات مصنفة وفقاً لمجموعة من التقسيمات الموضوعية. بينما تقوم البوابات (Portals) بتجسير الفجوة فيما بين المحركات والأدلة، حيث أنها تقوم بإتاحة المصادر المقترحة المصنفة موضوعياً، إضافة إلى توفرها على إمكانية البحث (Search Facility)، التي تسمح للمستفيد بإجراء استفسارات البحث المختلفة والتعديلات اللازمة عليها".

<u>أنواع البوابات:</u>

1) التعريف:

البوابة الإلكترونية هي عبارة عن موقع يتكون من مجموعة من

الصفحات ويقدم مجموعة من الخدمات ويساعد على الوصول السريع للمعلومات التي تقدمها الإنترنت من مصادر متنوعة. وتعتمد البوابة الالكترونية اعتماداً أساسياً في تصميمها على صفحات الويب، وتقدم إلى مستخدمي الإنترنت مجموعة من الخدمات منها: (البريد الإلكتروني، الأخبار، المدونات، والبحث عن المعلومات)، والبوابات الإلكترونية عموماً هي بوابات عامة وبوابات خاصة، وإن الغرض الأساسي من استخدام البوابات، هو توفير مصادر متعددة للمعلومات لكي يستخدمها عدد كبير من المستخدمين لشبكة المعلومات بشكل فعال.

وبتعريف بسيط للبوابات الإلكترونية، فهي مواقع تحتوي على خدمات للزوار وتكون المركز الأول للزائر في تصفحه للإنترنت فهي تحتوي على: "مذكرة مواعيد، بريد إلكتروني، أخبار على مدى الساعة، قائمة بأفضل المواقع، إمكانية البحث، وغيرها من الخدمات"، ومن أهم وأشهر البوابات الإلكترونية هي: (Yahoo و MSN). (73 ،موقع إلكتروني).

ويعرف مجتمع المكتبيين البوابات بأنها: "خدمة تسمح للمستفيدين بالوصول إلى المحتويات الثرية للمكتبات سواء في صورتها المطبوعة أو الإلكترونية وفيما يتصل بالإنترنت"، وقد تبنت الشركات الكبرى التي تمتلك محركات البحث في الإنترنت هذا المفهوم. وتعتبر البوابة قاعدة بيانات، أكثر مما هي مدخلاً للإنترنت، وقد تحتوي على معلومات أخرى ما بعد البيانات (Detailed Metadata Records)، تصف المصادر من خلال إمكانية الرابطة الفائقة (Links)، مما تتيح للباحث إمكانية الخيار بين تصفح المصادر بعنوانات الموضوعات، والبحث بالكلمات الدالة في قاعدة البيانات.

وتقدم البوابات خدمات إضافية مثل: (البريد الإلكتروني، المواد الإخبارية، أحوال الطقس ودرجات الحرارة، يضاف إلى ذلك الإعلانات الكبيرة، التي تحتل مساحة واسعة في صدر البوابات الرئيسية.

(74 ،موقع إلكتروني).

2) **الأنواع: تنقسم البوابات إلى ثلاث أنواع رئيسية هي:**

- **البوابات الأفقية (Horizontal Portals): تعد هذه البوابات من أكبر وأوسع الأنواع الأخرى، لأنها تقدم خدماتها لكل متصفحي شبكة الإنترنت، وتتخطى الحدود الجغرافية والموضوعية، وليست محددة لمجموعة من معينة من المستفيدين، وتوفر البوابات الأفقية الإمكانيات التالية: البحث في (الويب)، البحث في المواد الإخبارية، البحث في الأدوات المرجعية، وإمكانية التسوق الإلكتروني (Online Shopping)، بالإضافة إلى إمكانات الاتصال مثل البريد الإلكتروني والمحادثة أو الدردشة (Chat).**

ومن هذه البوابات مثل: ياهو (Yahoo)، وألتا فيستا (AltaVista)، وأمريكا أون لاين (AOL). "وهي البوابات التي تقدم مدى واسعاً من الخدمات والمحتويات لمدى واسعٍ من المستفيدين، وليس لمجموعة معينة أو محددة من المستفيدين سواء على المستوى الجغرافي أو الموضوعي أو حتى على مستوى النشاط (Industry). ولذلك فإنها توصف بأنها أفقية أو عامة في مداها ونطاقها". (75 ،موقع إلكتروني).

- **البوابات الرأسية (Vertical Portals or Vortals): هذه البوابات هي بوابات متخصصة تقدم خدماتها في نشاط معين لمجموعة متخصصة ومحددة، وتوفر روابط ذات صلة، ومواقع متخصصة في النشاط ذاته، بغض النظر عما إذا كانت تلك المواقع منافسة لها أم لا، ومن خدماتها: التجارة الإلكترونية للمنتجات، والخدمات ذات الصلة، وإمكانات التجمع والتعاون، ومن أشهر هذا النوع من البوابات هي: "البوابات المتخصصة في العلوم الإجتماعية (Social Science "SOSIG" Information Gateway)، والبوابات المتخصصة في الشؤون التربوية (Edu Resources Portal)، والبوابات المتخصصة في مجال الهندسة (Engineering Resources)". (71، موقع إلكتروني).**

وتتفرع من البوابات الرأسية بوابات أخرى تخدم شرائح محددة من الناس مثل: البوابات العمودية التي توجه خدماتها للمزارعين والمستثمرين وأصحاب المهن الأخرى، ومن هذه البوابات تتفرع أيضاً بوابات مؤسسية تقدم خدماتها ومعلوماتها للشركات، ومن هذه الخدمات: توقعات البيع والأرباح، ومعلومات عن الزبائن، والميزانية والتسعيرة والأخبار من مختلف المصادر الداخلية والخارجية التي تهم أصحاب الشركات.

- البوابات القطاعية (Industry Portal): ويطلق أحياناً عليها أسم (بوابات الأعمال التي تقدم خدماتها في مجال الأعمال (-Business-to-business B2B)، وهي تماثل وتشابه بوابات معلومات العمل
- (EIP)، ومحور التناقض والاختلاف بينهما هو أن بوابات الأعمال تقوم بعملية تذليل الكثير من العراقيل التي تدور حول اجتماع الباعة والزبائن لإبرام الاتفاقات عبر الويب في مختلف أرجاء المعمورة).

(74 ،موقع إلكتروني).

<u>استخدام البوابات:</u>

يستخدم الباحث البوابات لكونها أفضل المواقع التي توفر له المعلومات،وتوفر له كذلك إمكانية تصفح العديد من المواقع المتخصصة الموثوقة والمعتمدة،مما يتيح له الوصول إلى أجود المواقع وأفضلها، ويزداد زوار البوابات عادة عندما تقدم المعلومات والخدمات مثل:الإعلان عن الوظائف الشاغرة،والتجمعات المهنية،والوصول إلى قنوات الاتصال المتوفرة.

خصائص البوابات الموضوعية أو المتخصصة:

يمكن تلخيص ميزات البوابات الموضوعية أو الرأسية المتخصصة بالآتي: تهتم في موضوع محدد، تغطي بشكل موضوعي المواد التي تنشرها، تعتمد في كتابة موضوعاتها على خبراء أكاديميين وأخصائي معلومات ومكتبات، توجه مواضيعها للباحثين والدارسين، وتستند مواضيعها إلى مصادرها، وتحتوي الكثير من البوابات على حقول للاستفسار، إضافة إلى سعيها لتنظيم وترتيب وتبويب مواضيعها بغية أن تستأثر بالمتصفح من خلال ما تقدمه له من خدمات متكاملة.

بوابات المكتبات وعناصرها:

بداية المكتبة: هي مصطلح أخذت أسمها من المكتبيين الذين يقومون بتطوير تقنيات الإنترنت وخدماتها، وهم أول من يستفيد من هذه

الخدمات، ويعرف موقع نجاح العلي الإلكتروني البوابة المكتبية بالقول: "هي إحدى البرمجيات التي تسمح بتعديل وتوليف الوصول الإلكتروني للمستفيد بمجموعة محددة من مصادر المعلومات، عن طريق إنشاء قائمة بوصلات الإنترنت. وهي بذلك تشبه تماماً الدليل الشخصي الذي يشتمل على عناوين الزملاء والأصدقاء وأرقام الهاتف والفاكس الخاص بهم. والهدف من ذلك هو التخفيف

من أثر تفجر وزخم المعلومات وذلك بالسماح للمستفيد بانتقاء المصادر التي يرغب فقط في استعراضها على الواجهة الشخصية له (Personal Interface)". (74 موقع إلكتروني).

إن بوابات المكتبات (Library Portals) هي بوابات لخدمة المكتبيين والمتخصصين في المعلومات وفي البحث وغيرها، وتقدم خدماتها في المجالات التالية ضمن إطار تخصصها: (المصادر المهنية، المؤسسات، مواقع المكتبات، المطبوعات، الإشعارات، قنوات الاتصال، إعلانات عن الوظائف، والسوق التجارية).

(" *Understanding The Information Reformation That's Changing Your World*" أن عالمنا يتغير باستمرار من خلال فهمنا للمعلومات، وكذلك من خلال تأثير وسائل الإعلام الاجتماعية على عالمنا، فإن كل شيء يبدأ من الشركة وينتهي عند العملاء. هذا ما يورده في كتابه "Hugh. Hewitt"). (Hewitt 26).

<u>فوائد البوابات:</u>

تقوم البوابات بتجميع المعلومات والمواضيع والأخبار الهامة، التي تخص متصفحيها من مصادر عديدة في شبكة الإنترنت وتقدمها في موقع واحد، لتسهل على المستخدمين عناء البحث وهدر الوقت، مما يشجع المتصفحين على الزيارات الدائمة لهذه البوابات، ومن ضمن الخدمات التي تقدمها البوابات هي:

توثيق وتوطيد العلاقة بينها وبين زوارها، تقديم معلومات منظمة ومرتبة ومبوبة وغنية لمتصفحيها، تقدم مجموعة متكاملة لزوارها من الأدوات والمعلومات في وقت قياسي، كما تتميز بسهولة الاستخدام مما لا يتطلب من

الزائر الخبرة أو المعرفة التامة ببرامج التصفح وأدوات الإنترنت. وتمتاز البوابات بتقديم الكثير من الخدمات إضافة لما تقدم ويمكن تلخيصها كالآتي: البريد الإلكتروني، الحوار المباشر، لوحات الرسائل، التغطية الكاملة للأخبار، أحوال الطقس ودراجات الحرارة، أسعار الأسهم والعملات، الرياضة والأبراج، خرائط مختلف البلدان، التسوق والتسويق الإلكتروني، وصفحات شخصية مجانية.

بوابات شبكة الإنترنت ماهيتها أنواعها وفئاتها

تعريفات البوابات كثيرة ومختلفة، إلا أن المتخصصين يعرفونها بخلفيات علمية وبحثية يمكن الارتكاز إليها، ومن هذه التعريفات ما قاله: (رومان باريسو) في كتابه بعنوان (بوابة الإنترنت) بأنها "تجميع للمعلومات والخدمات، حيث أنها تسمح بتجميع وإتاحة المعلومات على السواء مثل (الحقائق، طلبات المستفيدين، العروض المقدمة للمستفيدين...الخ) كما أنها تتيح أيضا خدمات متنوعة من خلال نقطة إتاحة". (77 موقع إلكتروني).

واستناداً إلى هذا التعريف، فإن للبوابة مهمتين أساسيتين هما: تقديم المعلومات وتقديم الخدمات للمستفيدين، ويؤكد هذا القول (جان لويس بينارد)، في تعريفه للبوابة بأنها: "نقطة إتاحة فريدة " للمعلومات بصرف النظر عن أشكالها وأماكنها، وفي هذا السياق فأن (بنيامين فاراجى) يعرف البوابة بأنها: "بوابة موقع هي التي تقدم الكثير من المعلومات وعدد كبير جداً من الروابط نحو عنوانات مواقع الإنترنت أو صفحات المواقع ذات الصلة. كما أن بعض البوابات يمكن أن تخصص في موضوع بذاته. على أية حال فإن البوابات تقدم مساعدة ملموسة إلى مستخدمي الإنترنت المبتدئين".

(77 موقع إلكتروني).

بالاستطاعة القول بأن تعريف (بنيامين فاراجى) يؤكد ما توصل إليه (رومان باريسو)، الذي أعتبر البوابة نقطة إتاحة للموقع (Web Site)، وأنها تقدم للزائرين معلومات تهمهم، إضافة إلى الروابط التي تسهم في إثراء المعلومات في الموقع، وكذلك المواقع الأخرى، ومن خلال هذا التعريف يتضح بأن البوابات تختلف في أنماطها، ولكن أكثر تلك البوابات رواجاً هي البوابات المتخصصة.

ومن جانبه يعرف (جاكوب نيلسن) البوابة بأنها: "الواجهة أو الفاترينة (Vitrine)للموقع، ويجب أن تكون البوابة مختلفة عن بقية صفحات الموقع. فمن الطبيعي أن يكون شكل البوابة هو نفس شكل بقية صفحات الموقع الداخلية الأخرى ولكن مع بعض الفروق الطفيفة". (77 موقع إلكتروني).

إن هذا القول يركز على الجانب الشكلي للبوابة، ويعتبره كالواجهة التي تعرض منتجاً معيناً، بشكل يجذب الزوار ويدفعهم للشراء، وعلى هذا الأساس فأن البوابة من الضروري أن تكون جذابة ومشوقة وتلفت أنظار المتصفحين والزوار.

استناداً إلى التعريفات التي وردت، يمكن القول: إن البوابة هي واجهة الموقع، والصفحة الرئيسية، ونقطة المرور للصفحات الأخرى، والحصول على المعلومات والخدمات المتوفرة، بصرف النظر عن كون البوابة: (عامة، متخصصة، فئوية، مؤسسة...الخ)، لكن من الضروري أن يؤخذ بنظر الاعتبار الانطباع الأول للزائر، وذلك من خلال تصميم وشكل البوابة كي يعتاد الزائر عليها ويعاود زيارتها.

رابعاً: مواقع المحادثة (الدردشة):

تزداد يوماً بعد آخر مواقع المحادثة (الدردشة) على شبكة الإنترنت، وتزداد كذلك أعداد المهتمين بهذا النوع من التواصل مع الآخرين، وقد انتشرت على الشبكة منتديات التعارف بشكل كبير، وهي بحد ذاتها مواقع تسلية وبناء صداقات، لا تخلو من الخلافات الحادة أحياناً، عندما تختلف الآراء حول موضوع ما أو قضية بعينها، ونادراً ما تكون هذه المواقع ملتزمة بآداب المحادثة والحوار. لكن لا يعني ذلك أن ليس هناك مواقع رصينة وجادة في طرحها لأمور تهم زوار الموقع، وتتناول الكثير من القضايا العقدية التي تهم بعض المجتمعات والمناطق الجغرافية، مثل موضوعات العنف ضد المرأة، وعمالة الأطفال، وإشاعة الديمقراطية

وغيرها من المواضيع الساخنة. وتثير مواقع المحادثة (الدردشة) دائماً الكثير من الشكوك حولها وتطرح العديد من التساؤلات، إلا أن مجمل ما قيل عنها يتلخص في رأيين فقط:

الرأي الأول: يعتبر مواقع المحادثة (الدردشة) بأنها نتاج للتطور التكنولوجي، الذي قرب المسافات بين البشر، وخلق من خلال هذه المواقع أنواعاً من التعارف وبناء الصداقات، وأدى إلى تطوير المعارف والمفاهيم الاجتماعية والإنسانية، وتنمية الثقافة العامة والارتقاء بالذائقة الأدبية والفنية، إضافة إلى التسلية والاستمتاع بوقت الفراغ. ويقول عنها الدكتور السيد بخيت هي: "التعريف بالوسائل الاتصالية الجديدة عبر الإنترنت من جلسات الدردشة والجماعات الإخبارية والقوائم البريدية وطرق نقل الملفات والمواد..الخ". (7- السيد ص 141).

الرأي الثاني: يرى أنها مضيعة للوقت ونافذة للفساد، وطريق وعرة تحفها المخاطر وتكثر فيها المشاكل الإجتماعية والأخلاقية، يرتادها بعض ضعاف النفوس لاصطياد ضحاياهم من الشابات والشباب من المراهقين، وحرفهم عن جادة الصواب ليسلكوا طرقاً تؤدي بهم إلى الهاوية، تتمثل بالفساد الفكري والاجتماعي والأخلاقي، وفرط القيم والأواصر الأسرية والأعراف الإجتماعية. كالرأي القائل: "

وقد تؤدي خطوط الدردشة (Internet Relay Chat "IRC" Lines) عبر الإنترنت (بصفة خاصة) إلى الإدمان، فبعض الدارسين الأمريكيين(معظمهم من الذكور) لا يستطيعون أن ينتزعوا أنفسهم بعيداً عن أجهزة الكمبيوتر حتى بعد مضي (12) ساعة متواصلة. والقليل منهم واصل الجلوس على الخط دون طعام أو حتى الذهاب إلى الحمام حتى لا يخاطر بفقدان بعض الدردشات والمناقشات الساخنة". (12- اللبان ص 41).

ما هي مواقع المحادثة (الدردشة)؟:

سؤال يطرح نفسه باستمرار، ويرى الباحث: "أن الكثير ممن يحاولون الإجابة على هذا السؤال: (ما هي مواقع المحادثة "الدردشة"؟)، ينظرون دائماً إلى النصف الفارغ من الكأس، قبل أن يتبين لهم أولاً ماهية هذه المواقع، وقبل الخوض في تفاصيل هذا المضمار لمعرفة ما يترتب من نتائج إيجابية أو سلبية على الدخول في هذه المواقع والمشاركة فيها. ويتطلب بداية التعرف على أهمها وهي: موقع ياهو (Yahoo)، موقع أم أس أن (MSN)، موقع ويندوز لايف (Windows Live)، موقع سكايب (Skype)، موقع بالتاك

(Pal Talk) وغيرها، كلها نوافذ يستطيع المشترك فيها الحديث بالكتابة والصوت والصورة، وتبادل الملفات والصور أحياناً مع أصدقائه المسجلين على قائمته في هذه المواقع، ولا يقتصر في كل هذه المواقع الحديث من شخص لشخص فقط، وإنما بالإمكان أيضاً لمجموعة من الأصدقاء أن يشاركوا ويتحدثوا مع بعضهم البعض في آن واحد، من خلال فتح نافذة (كونفرنس)، ويستخدمها دائماً المشاركون على شكل مجاميع صغيرة".

كما يرى الباحث أن: "موقع المحادثة (ألبالتك) يمتلك مزايا إضافية عما تمتلكه مواقع الدردشة الأخرى، يتمثل في دخول أعداد كبيرة من المشاركين إلى غرف الموقع، ويتبادلون الحديث والاستماع والكتابة

والتعليق، وتستخدم الجامعات والمعاهد هذا النوع من مواقع المحادثة (ألبالتك)، حيث يقدم المحاضرون لطلابهم الدروس ويستمعون إلى مداخلاتهم ويجيبون على استفساراتهم، أي أن غرف المحادثة (الدردشة) هذه بمثابة قاعة دراسية إلكترونية، وتستخدمه الجامعات كذلك لتقديم البحوث ومناقشة الرسائل والأطروحات الأكاديمية، ناهيك عن الاجتماعات الدورية للهيئات التدريسية وغير ذلك، وتستخدم بعض منظمات المجتمع المدني والمنتديات الإعلامية والثقافية غرف المحادثة (الدردشة) في موقع (ألبالتك) أيضاً في نشاطاتها المتعددة، حيث تعقد الاجتماعات العامة وتقدم المحاضرات وتحيي الأماسي الشعرية والندوات الفنية والحوارات الثقافية الأخرى".

ويرى الدكتور السيد بخيت أن "حجرات الدردشة (Chatting Rooms) هي طريقة للحوار مع الآخرين بشكل إلكتروني فوري، وأن كانت توجد بعض الحجرات غير مناسبة للاستخدام داخل الفصول الدراسية".

(7- السيد ص 143).

ويرى الباحث في ضوء ما تقدم أنه يمكن القول: "إن معرفة الإيجابيات والسلبيات الناتجة من هذه المواقع، تعتمد بالأساس على المشاركين فيها والقائمين عليها، فإذا كانت مجموعة من المشتركين تختار موضوعاً معيناً للحديث والنقاش، مهما كانت أبعاد هذا الموضوع سياسية، اقتصادية، اجتماعية، ثقافية، ورياضية، وما يطرح فيها من آراء تتعلق أساساً بأفكار وتوجهات ورؤى أصحابها، ليس للتكنولوجيا في هذا المجال من ذنب، فيما إذا تحولت تلك النقاشات إلى قضايا أخرى، تضر بمصلحة المجتمعات وتأثر بالدرجة الأساس على الشباب والمراهقين".

وقد لا يأتي الباحث بجديد إذا قال: "إن التكنولوجيا هي سلاح ذو حدين، يتحدد فعله بنوايا حامله والغرض من امتلاكه وطريقة استخدامه، ويختلف الباحث هنا مع من يحملون التكنولوجيا وزر ما ينتج عن هذه المحادثات أو الدردشات من أمور مضرة فعلاً بالمجتمع، وقد تكون تأثيراتها بليغة جداً ويصعب على الأسرة والمؤسسات التربوية والمعنيين بحماية المجتمع الحد من تأثيرها، هذا صحيح جداً، ولكن ما ذنب التكنولوجيا الحديثة في ذلك؟ ولماذا نحملها سوء استخدام مرتادي هذه المواقع، وما يقترفونه من جرائم بحق الأفراد والمجتمع"؟.

وخير مثال مبسط يذكر في هذا الصدد هو الأداة الحادة أو القاطعةأو السكين، حيث لا يمكن أن يخلو أي مطبخ في أي بيت من هذه الأدوات، واستخداماتها محصورة عادة في الطهي وتحضير الطعام، ومن الممكن أيضاً أن تستخدم هذه الآلات القاطعة في إشاعة العنف المنزلي وارتكاب الجرائم أحياناً داخل أو خارج المنزل، والسؤال البديهي هنا: من يتحمل

وزر هذه الأفعال؟ والجواب معروف وبديهي جداً في هذه المسألة، وكذا هو الحال فيما يتعلق بالتكنولوجيا، فلا ذنب لها عما ينتج عن سوء استخدامها من جرائم.

هذه أهم مواقع المحادثة أو الدردشة التي يمكن أن يصل إليها المشترك من خلال أحد المواقع الرئيسية من البوابات الإلكترونية، إلا أنه توجد هناك مواقع أخرى ظهرت منذ سنوات قليلة، وهي مواقع التواصل الاجتماعي على شبكة الإنترنت، مثل (الفيس بوك) وغيرها من شبكات التواصل الأخرى، والتي سيتناولها الباحث بالتفصيل في المبحث الثاني من هذا الفصل، إلا أنه من الضروري هنا التطرق إلى بعض الجوانب المتداخلة منها، مع مواقع المحادثة (الدردشة) في البوابات الإلكترونية.

وقد استعرضت الباحثة (هاجر أسود) آراء بعض المهتمين والمتخصصين في علم الاجتماع وعلم النفس وأساتذة الجامعات في العراق، في بحث مركز حول أهمية مواقع المحادثة (الدردشة) على شبكة الإنترنت، والعلاقات التي تنشأ من خلالها وما إذا كانت هذه المواقع مضيعة للوقت أو ذات فائدة بعنوان: (مواقع الدردشة والفيس بوك تأكل وقتهم..علاقات الشباب الإنترنيتية.. ثمة من هو واهم)، ومن هذه الآراء:

تعرف الدكتورة (سوسن حامد) أستاذ علم النفس بهذا الصدد: "إن هذا الشكل للاتصال يعد من معطيات العصر وتبادل العلاقات بين الشباب والتعارف في عالم افتراضي، هو شكل حديث من أشكال التطور الذي يفرض نفسه، وقد يعود إدمان الشباب من كلا الجنسين على غرف الشات والمنتديات بسبب الفراغ الاجتماعي الذي يصيبهم، بسبب الظروف السياسية وما مر به البلد من إرباكات أمنية والتي دفعت الشباب للجلوس

على الإنترنيت وتفريغ طاقتهم المكبوتة وملأ الفراغ الذي أصابهم سواء الفراغ الاجتماعي أو العاطفي.. وفي المنتديات بشكل خاص تبدأ العلاقة بتجاذب

الأفكار والارتياح العقلي والانسجام الفكري مع الآخر، وقد تتحول بعض هذه العلاقات من عالم افتراضي إلى عالم واقعي عن طريق إعطاء مساحة أكبر من التعارف على أرض الواقع". (78 موقع إلكتروني).

ويعرف الدكتور محمد منذر العاني أستاذ علم الاجتماع جامعة بغداد، مواقع المحادثة أو الدردشة وما ينتج عنها من علاقات قائلاً: "إن هذه الشبكة من مواقع الدردشة وغرف الشات والفيس بوك وغيرها، باتت بمثابة الأقنعة التي تشجع الصغار والكبار على خوض مثل تلك التجارب العاطفية، كما فتحت آفاقاً جديدة أمامهم للانخراط في العلاقات الاجتماعية، والبحث عن الحب كامتداد طبيعي للحياة البشرية بدلاً من الانعزال".

(78 موقع إلكتروني).

وتختتم الباحثة (هاجر أسود) موضوع بحثها بالقول: "قد تكون مواقع الدردشة وغرف الشات هي ساحة للتعارف بين مختلف أجناس البشر، وتوفر كامل الحرية للتعبير عن الآراء وطرح وجهات النظر والأفكار المختلفة ومناقشة القضايا والموضوعات الهادفة، لكن لو وضعت ضوابط وأسس بعدم انتهاك حرية وخصوصية الآخرين، ومنها عدم المساس بثوابت الدين والعقيدة وعدم إدراج أي صور أو مواد تحمل مخالفات دينية أو أخلاقية، وكذلك عدم الترويج لأي مذهب ضال مخالف، وعدم إدخال أي بيانات خاصة حتى لا يستغلها البعض من مرضى

القلوب، إضافة إلى توعية هؤلاء الشباب بالخطر المحيط بهم، ومحاولة شغل أوقات الفراغ فيما يفيد، والتحكم في الرغبات والمشاعر حتى يحين الإشباع المشروع لها بالزواج".

(78 موقع إلكتروني).

ويرى الباحث: "أن العلاقات التي تنشأ على مواقع المحادثة أو الدردشة وما ينتج عنها، هي ظاهرة عامة ليست مقتصرة على البلدان العربية والإسلامية، وتأثيراتها الإيجابية والسلبية تنصب على جميع شعوب الأرض، لكن الفرق هو أن المجتمعات المتقدمة متاح فيها للجنسين حرية كاملة في الاختيار الشخصي، من خلال الاختلاط بين الجنسين في الدراسة والعمل، واللقاءات في المؤسسات الثقافية والاجتماعية وفي المنتديات والمقاهي والمطاعم والنوادي وغيرها، ويكون التواصل على مواقع المحادثة (الدردشة) مكملاً لها.

ولذلك لا نرى ضجة كبيرة بالحجم الذي تثار به في البلدان العربية والإسلامية، والسبب واضح جداً وهو الحد من حرية الشباب والشابات في الاختلاط والتواصل في هذه البلدان، ويرى هؤلاء الشباب والشابات أن تواجدهم في مواقع المحادثة أو الدردشة، هو تعويض للحرمان الذي لحق بهم من مجتمعاتهم في الواقع الحقيقي، وهو الوسيلة الأفضل لهم للتعارف والتقارب مع الجنس الآخر، كون هذه المواقع تمثل واقعاً افتراضياً وعالماً مفتوحاً على علاقات بلا حدود، ولذلك نرى نسبة الأخطاء والإخفاقات بين هؤلاء الشباب كثيرة جداً".

أهمية وتأثير مواقع المحادثة (الدردشة):

أثارت مواقع المحادثة (الدردشة) على شبكة الإنترنت آراء متباينة ومتناقضة حولها، منها من يهول من مخاطر هذه المواقع ويعتبرها وبالاً على الشباب والمراهقين، ومنها من يرى أن هذه المواقع هي وسيلة مفيدة وجيدة للتواصل بين الناس وخاصة بين الشابات والشباب، وأن ما يقال غير ذلك ما هو إلا خوفاً غير مبرر في الأصل. ومن المؤكد أنه لا يمكن إغفال ظاهرة

هذه المواقع في الحياة العامة للشعوب، نتيجة لإقبال الأعداد الهائلة من الشباب عليها، وقد وصلت أرقام مستخدمي هذه المواقع إلى مئات الملايين وربما أكثر من ذلك.

ويرى الباحث في ضوء ما تقدم أنه: "يتوجب على الجميع التوقف عند إيجابيات وسلبيات هذه المواقع. فهناك رأي سائد يقول بأن مستخدمي هذه المواقع يهدرون وقتاً كثيراً في عالم غير واقعي، ويتحدثون ساعات طويلة مع أصدقاء وهميين دون فائدة ترجى من هذه الأحاديث، وما يزيد في ذلك تعقيداً أن البعض لا يرى أية إيجابيات في المحادثات التي تجري على الإنترنت، بل يرى العكس بأنها تعزل الأفراد عن أسرهم، وتنمي عندهم حالة الانفصال عن الواقع والشعور الدائم بالوحدة، وتجعلهم يعيشون

ويندمجون في عالم لا يمت بأية صلة في الواقع، وقد يتعلم المراهقون من الجنسين أساليب العنف والجريمة، وينزوون في زاوية يكتنفها الغموض والتساؤل، ويطلق البعض تسمية: (مدمني الإنترنت) على مستخدمي مثل هذه المواقع".

ويقول الدكتور شريف اللبان: "وأحياناً ما يكون الدخول إلى الإنترنت مضيعة للوقت ومؤدياً للإدمان. ويتذكر أحد الأساتذة قائلاً: (في أحد الأيام كنت أبحث عن مستندات لمشروع بحثي، ووجدت نفسي مسحوباً إلى مستندات متعلقة بالفيزياء الفلكية من مؤسسة (Lund) السويدية، وكان المستند بالسويدي، ومصحوباً بترجمة إنكليزية. وعند الانتهاء من قراءة المستند وترجمته، اكتشفت أنني استغرقت ما يزيد عن ساعة كاملة. وعند ذلك قلت: إنني في حاجة إلى أن أخرج الآن من الشبكة)".

(12- اللبان ص 41).

يرى الباحث أن: "هذا الرأي يتعارض تماماً مع آراء كثيرة، تؤكد أن

غالبية الناس يرون بأن شبكة الإنترنت لها إيجابيات كثيرة، وخصوصاً مواقع المحادثة هذه فلها فوائد جمة، والسوء لا يكمن فيها وإنما بمن يسيء استخدامها، فهناك من يحذر من الجلوس لساعات طويلة أمام الكمبيوتر، في محادثات قد تكون غير ضرورية، لأنها تبعد الطالب مثلاً عن مجتمعه العائلي،

وتعوده على إهمال واجباته الدراسية، وقد تسبب له نوعاً من الانطوائية والانعزالية. وهناك من يرى بأن شبكات المحادثة، قد تسهم في مساعدة الأشخاص الذين يعانون من الوحدة والاكتئاب، لعدم تمكنهم من التواصل مع الآخرين، ويميل الباحث إلى الرأي الثاني ويرى: أن هذه المواقع تعزز الثقة بالنفس وتقدم الدعم لهؤلاء الأشخاص، لأنهم يخوضون تجارب صداقات وتعارف تسهم في فك عزلتهم وتساعدهم على الالتحاق بالمجتمع".

ويخلص الباحث إلى القول في هذا الصدد: "إن شبكات المحادثة يمكن وصفها بأنها، تساعد على إنشاء صداقات وعلاقات بين الناس لهم هوايات متقاربة، وتشكل منهم تجمعات صغيرة تؤدي بدورها نشاطات مهمة لهم ولمن حولهم. فمثلاً: منتدى قسم الإعلام يجمع في صفوفه مستويات متقاربة من الإعلاميين، يبحثون ويناقشون في مواضيع ذات اهتمام مشترك، وتنمي بالتالي قدراتهم المهنية والمعرفية، وكذلك شبكات النساء الإلكترونية، التي غالباً ما تناقش هموم الأمومة والطفولة وشؤون المرأة، والعنف المنزلي ضدها في مختلف المجتمعات، وكذلك المنتديات الرياضية التي تعمل على تنمية طاقات الشباب وتسخيرها في رياضات متعددة، وتزيد من ثقافتهم الرياضية. ولا يمكن إغفال حقيقة أن شبكات التواصل قربت المسافات بين الشعوب، وأصبح العالم بفضلها أقل من قرية صغيرة، فتدفقت المعلومات والأخبار من شتى أنحاء المعمورة، وازدهرت الثقافات والمعارف والعلوم، وساهمت في إنشاء علاقات حقيقية بين الناس".

❖ **المبحث الثاني:**

أولاً: الإعلام الجديد أو الإعلام البديل. ثانياً: المواقع الإجتماعية. ثالثاً: مواقع التواصل الإجتماعي، (الفيس بوك – تويتر – اليوتيوب).

أولاً: الإعلام الجديد أو الإعلام البديل (New Media):

الإعلام الجديد: لم تتضح معالم هذا الإعلام الجديد أو البديل بعد، بالرغم من أنه أحدث نقلة نوعية بمفهوم الإعلام، تمثلت بالمواقع الإلكترونية والمواقع الاجتماعية والمدونات والبوابات ومواقع المحادثة أو

الدردشة وغيرها على شبكة الإنترنت، وكذلك أثر في تغيير مفهوم الإعلام القديم وتطور وسائله المعتادة كالصحافة والإذاعة والتليفزيون، فقد شهدت جميعها تحولات كبيرة في السنوات القليلة الماضية، ولكن لغاية اليوم لم يتم الاتفاق على تعريف محدد لهذا الإعلام الجديد.

فيعرفه أياد الدليمي بالقول: "إن تلك الوسائل الحديثة للاتصال متمثلة بـ (الفيس بوك وتويتر ويوتيوب) يمكن أن تكون مكملة للإعلام التقليدي، لينتج إعلام يزاوج بين المهنية وصرامة التقاليد التي نشأت عليها السلطة الرابعة، وبين التقنية الحديثة التي تتيح للإعلام التقليدي الفرصة ليكون أكثر قرباً ليس من الحدث فحسب، وإنما من الناس أيضاً وهذا هو جوهر الموضوع". (79 موقع إلكتروني).

ويقول عنه موقع القناة الإلكتروني بأنه: "الرأي والمعلومة والخبر والخبرات والتجارب والصور ومشاهد الفيديو، التي تنتشر إلكترونياً من قبل أفراد مستقلين غير خاضعين لأي نظام سياسي أو غيره، سوى التزام الفرد الشخصي بما يؤمن به من قيم ومبادئ، وفق ما لديه من رقابة ذاتية". (80 موقع إلكتروني).

يضاف إلى ذلك إن الإعلام الجديد أخذ صفة (الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال Online Media)، لارتباط هذا النوع من الإعلام بشبكة الإنترنت مثل الشبكات الإجتماعية، ونتيجة إلى ما تميز به هذا الإعلام من تدفق هائل للمعلومات، فقد أطلق عليه صفة (إعلام المعلومات Info Media)، لتوافقه بين الكمبيوتر والاتصال، معتمداً على تكنولوجيا المعلومات، ويأخذ أيضاً تسمية إعلام الوسائط المتشعبة (Hypermedia)، دلالة على استخدامه لبعض الوصلات التشعبية (Links) المتصلة به، وهو أيضاً إعلام الوسائط المتعددة (Multimedia)، الذي يعني التداخل الفعلي بين هذه الوسائط (النص، الصورة، والفيديو).

(يقول: " Jon. Dovey, Seth. Giddings, Iain. Grant, Kieran. Kelly, Lister Martin." مؤلفو كتاب "New Media: A Critical Introduction" إن هناك قصة عن كيفية دخول وسائل الإعلام الجديد لعالمنا). (Lister 31).

وقد وردت تعريفات أخرى للإعلام الجديد في العديد من القواميس وكذلك لبعض الباحثين منها، ما يعرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة (High-Tech Dictionary) بأنه: "اندماج الكومبيوتر وشبكات الكومبيوتر والوسائط المتعددة"(89)، ويعرفه كذلك (Lester) بالقول: "الإعلام الجديد باختصار هو مجموعة تكنولوجيات الاتصال التي تولدت من التزاوج بين الكومبيوتر والوسائل التقليدية للإعلام، الطباعة والتصوير الفوتوغرافي والصوت والفيديو". (18-صادق185).

أما قاموس الكمبيوتر (Computing Dictionary)، فيعرفه بقسمين أولهما: "إن الإعلام الجديد يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي

وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والإنترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكومبيوترات الشخصية والنقالة، فضلاً عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق. ويخدم أي نوع من أنواع الكومبيوتر على نحو ما، تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي (Digital Convergence)، إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو في الوقت الذي يمكن أيضاً معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كومبيوتر".

(18- صادق185).

وثانيهما: "المفهوم يشير أيضاً إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية، بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع".

(18 - صادق186).

لكن قاموس الإنترنت الموجز (Condensed Net Glossary)، يشير في تعريفه إلى أن: "أجهزة الإعلام الرقمية عموماً، أو صناعة الصحافة على الإنترنت. وفي أحيان يتضمن التعريف إشارة لأجهزة الإعلام القديمة، وهو هنا تعبير غير انتقاصي يستخدم أيضاً لوصف نظم إعلام تقليدية جديدة: الطباعة، التلفزيون، الراديو، والسينما".

(18- صادق187).

وجاء في تعريف موسوعة الـ (ويبوديا "Webopedia") حول الإعلام الجديد إن "العديد من الأشكال المستحدثة من نظم الاتصال الإلكتروني التي أصبحت ممكنة بفضل الكومبيوتر. والتعبير مرتبط أيضاً بالنظم الإعلامية

القديمة، فإذا ما قمنا بعقد مقارنة بين الصحافة الورقية التي تتصف بحالة سكون في نصوصها وصورها مع صحافة الإعلام الجديد، نلمس الفرق في ديناميكيتها وفي حالة التغير المستمر الذي تتصف به. التعبير يشير أيضاً إلى قابلية إجراء الاتصال بين الأجهزة الثابتة والمحمولة بأنواعها المختلفة، بما يمكن معه نقل المعلومات بين بعضها البعض".

(18- صادق187).

وتضيف الموسوعة في تعريفها للإعلام الجديد: "بينما يقوم مبدأ وسائل الإعلام التقليدية على نظام ثابت ومعروف، إما بطريقة الاتصال من واحد إلى واحد (Point-To-Point)، ومثال على ذلك الاتصال بالهاتف، أو من واحد إلى الكثيرين (Point-To-Many)، ومثال على ذلك التلفزيون والراديو. أما في حالة الإعلام الجديد، وفي تطبيقاته المختلفة، خاصة المرتبطة بالإنترنت، فإن هذا النمط تغير بشكل جذري. فقد مكنت الإنترنت من الوصول إلى كل الأشكال المحتملة من نقاط الاتصال.

(18- صادق190).

وفي هذا السياق يرى الدكتور محمود خليل في كتابه: (الصحافة الإلكترونية.. أسس الأنظمة التطبيقية في التحرير الصحفي)، أن المستخدم هو من سيتحكم بوسيلته الاتصالية وسيكون منتجاً لمادته الإعلامية بالقول: "ما يثير دخول الحاسوب إلى عالم الإتصال، هو تحول العملية الاتصالية

إلى حالة تبادلية بين المرسل والمستقبل، بمعنى أن الاتصال هنا سيكون ذا اتجاهين: (Two Way Commnication)، حيث تزداد درجات التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية، وسيعلو دور المستقبل في هذه الحالة ليس فقط إلى الدرجة التي يستطيع معها أن يفسر، أو يطلب المزيد من المعلومات حول وحدة إعلامية معينة، بل سيصل الأمر إلى تحول المرسل العادي في حالة الاتصال التقليدي إلى منتج للمادة الإعلامية. (6- خليل ص 33).

ولعدم وضوح معالم الإعلام الجديد وما سيترتب عليه مستقبلاً من مفاهيم، فإن كل التعريفات حذرة، ولم تقدم إجابة وافية عن تعريف هذا النوع من الإعلام، ومن هذا المنطلق فإن تعريف جونز (Jones) حول الإعلام الجديد يظهر هذا التحفظ إذ يقول: "الإعلام الجديد هو مصطلح يستخدم لوصف أشكال من أنواع الاتصال الإلكتروني، أصبح ممكناً باستخدام الكومبيوتر

كمقابل للإعلام القديم، التي تشمل الصحافة المكتوبة من جرائد ومجلات والتلفزيون والراديو - إلى حد ما - وغيرها من الوسائل الساكنة (Static). ويتميز الإعلام الجديد عن القديم بخاصية الحوار بين الطرفين، صاحب الرسالة ومستقبلها، ومع ذلك فإن الفواصل بين الإعلام الجديد والقديم ذابت، لأن القديم نفسه أعيد تكوينه وتحسينه ومراجعته ليلتقي مع الجديد في بعض جوانبه". (18- صادق188).

ومن خلال التعريف الطويل نسبياً الذي أعدته كلية شريدان التكنولوجية (Sheridan)، نتلمس الصفة العلمية للإعلام الجديد في تعريفها بأنه: "كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي. وهنالك حالتان تميزان الجديد من القديم حول الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد والكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكومبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي يميزه وهي أهم سماته على ذلك". (18- صادق189).

وتضيف كلية شريدان التكنولوجية في تعريفها: "يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربع الآتية: الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت: (Online) وتطبيقاتها: وهو جديد كليا بصفات وميزات غير مسبوقة، وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجوعة من تطبيقات لا حصر لها. والإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة: بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف. وهو أيضاً ينمو بسرعة وتنشأ منه أنوع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها أجهزة الهاتف والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها. ونوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل: الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب. والإعلام الجديد القائم على منصة الكومبيوتر (Offline)، ويتم تداول هذا النوع، أما شبكياً أو بوسائل الحفظ المختلفة مثل الاسطوانات الضوئية وما إليها، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو والكتب الإلكترونية وغيرها". (18- صادق189).

ويرى الباحث أنه: لم يكن بوسع الباحثين وضع تعريفاً محدد وواضح لمفهوم الإعلام الجديد، وكذلك الباحث نفسه في هذه الدراسة لأسباب عديدة منها: إن صورة الإعلام الجديد لم تتبلور بعد بشكل واضح ومحدد،

يضاف إلى ذلك أنه لا يمكن الجزم على بقاء الإعلام الجديد على صورته الحالية، لأن التكنولوجيا الحديثة وثورة المعلومات وما توصل إليه الإعلام والاتصال من تطور وتقدم، قد تأتي بما هو أكثر جدة وحداثة عما هو عليه الإعلام الآن، لذلك تمحورت جميع التعريفات حول الآليات المتبعة والمستخدمة في الإعلام عموماً، فمنها من استند على القديم المطور والجديد المحدث، وهناك من زاوج ما بين هذين الشكلين.

مع ذلك يمكن القول بأن هناك شبه توافق لدى الكثير من الباحثين على أن الإعلام الجديد، يحمل في طياته الكثير من التنوع والخصائص وأشكال التقنيات الجديدة، التي لها ارتباط بالوسائل الإعلامية الحديثة، والتي لم توفرها تلك الوسائل القديمة مثل: الجهد الفردي والمتخصص الذي أستهل به القرن الجديد هذا التطور الكبير في الإعلام، كما كان الإعلام القديم صفة القرن الماضي.

ومن الضروري جداً إدراك أن الإعلام الجديد ليس مقتصراً فقط على شبكة الإنترنت، بل إنه يتميز بخصائص جديدة لا تعتمد فقط على التكنولوجيا، وإنما تقوم على حراك الوسائل الساكنة كالنص والصورة أيضاً، ووضعها في إطارات وشبكات جديدة غير موجودة على الإنترنت، تتمثل في دمج الوسائل القديمة والحديثة في مكان واحد هو الكمبيوتر وشبكة الإنترنت. كل ذلك أدى إلى تغيير جذري في مفهوم الاتصال التقليدي،

حيث أتاح لأي شخص يستخدم الإنترنت أن يتواصل مع من يريد في أي وقت يشاء، مستخدماً كافة الإمكانيات التكنولوجية في الإعلام.

ولم تعجز فقط الموسوعات العلمية والقواميس المتخصصة من إيجاد تعريفات وافية وقطعية لمفهوم الإعلام الجديد، وإنما سرى هذا العجز

على الكثير من الباحثين الذين تناولوا الإعلام الجديد بمفهومهم الخاص. (يسلط "Grusin Richard. & Bolter .Jay David" في كتابهما " :Remediation Understanding New Media" الضوء على أهمية فهم وسائل الإعلام الجديدة). (Bolter 21).

يشير (نيغروبونتي) إلى أن مميزات الإعلام الجديد تختلف عن الإعلام القديم وذلك في: "استبداله الوحدات المادية بالرقمية، أو البتات بدل الذرات

(Bits Not Atoms) كأدوات رئيسة في حمل المعلومات يتم توصيلها في شكل إلكتروني وليس في شكل فيزيائي، والكلمات والصور والأصوات والبرامج والعديد من الخدمات يتم توزيعها بناء على الطريقة الجديدة، بدلاً عن توزيعها عبر الورق أو داخل صناديق مغلفة".

(18- صادق190).

ويضيف (نيغروبونتي): "أما ميزة قدرة الإعلام الجديد على المخاطبة الرقمية المزدوجة (Addressability Digital)، فهي عبارة عن نموذج تطور من عملية نقل المعلومات رقمياً من كومبيوتر إلى آخر منذ بداية رقمنة الكومبيوتر نفسه بعد الحرب العالمية الثانية، إلى تطور تشبيك عدد غير محدود من الأجهزة مع بعضها البعض، وهذا من ناحية، يلبي الاهتمامات الفردية (Individual Interests)، ومن ناحية أخرى يلبى الاهتمامات العامة، أي أن الرقمية تحمل قدرة المخاطبة المزدوجة للاهتمامات والرغبات وهي حالة لا يمكن تلبيتها بالإعلام القديم. الميزة الأكثر أهمية، هي أن هذا الإعلام خرج من أسر السلطة التي كانت تتمثل في قادة المجتمع والقبيلة، الكنيسة والدولة إلى أيدي الناس جميعاً، وقد

تحقق هذا جزئياً عند ظهور مطبعة (غوتنبرغ) وتحقق أيضاً عند ظهور التلغراف واخذ سمته الكاملة بظهور الانترنت التي جاءت بتطبيق غير مسبوق وحققت نموذج الاتصال الجمعي بين كل الناس". (18- صادق190).

وحول تصوراته لمفهوم وإمكانيات الإعلام الجديد يقول: (كروسبي): "لكي نفهم الإمكانات التي تقف وراء قوة الإعلام الجديد، علينا أن نتذكر بأن ملايين الكومبيوترات التي تمثل شبكة الإنترنت، تقوم بالحصول على المعلومات وفرزها ونقلها لعدد غير محدود من البشر. وهؤلاء يمكنهم

إجراء عملية اتصال بينهم في وقت واحد (Simultaneously) في بيئة تسمح لكل فرد مشارك، مرسلاً كان أو مستقبلاً، بفرص متساوية من درجات التحكم". (18- صادق192).

ويضيف (كروسبي): "كذلك عندما يقوم أي منا بزيارة موقع صحافي على شبكة الانترنت، فإننا لا نرى الأخبار والموضوعات الرئيسة فيه فقط، ولكننا نرى أجزاء من الموقع مخصصة لتلبية الاحتياجات الفردية الخاصة بالزائر. وهذا الأمر لا يعني هذا الزائر وحده وإنما عملية التخصيص، هذه تتم لملايين الزوار في وقت واحد، وهو الأمر الذي لا يمكن أن يتحقق في ظروف نظم الاتصال السابقة. أما القوة الصاعدة للإعلام الجديد فهي تتمثل في كونه سيحفز ويشيع آليات جديدة كلياً للإنتاج والتوزيع ستخلق مفاهيم جديدة تماماً للأشكال الإعلامية ومحتوياتها". (18- صادق195).

ويخلص الباحث إلى القول: من خلال ما تقدم أصبح واضحاً أن هناك علاقة جدلية ما بين الإعلام القديم والإعلام الجديد، أي الإعلام التماثلي

والإعلام الرقمي، فالإعلام التماثلي قبل ظهور الإنترنت أسس لإعلام تقليدي ساد لعقود من الزمن تمثل في: الصحف والإذاعة والتليفزيون، إلا أنه بالرغم من ملازمة صفة القدم له، فهو أقام ركيزة لانطلاقة الإعلام الجديد أو الإعلام البديل، فقد تطورت تلك الوسائل القديمة، وأخذت تواكب مستحدثات العصر التقنية.

فتحولت الإذاعة إلى إذاعة رقمية،

وكذلك التطور الهائل الذي طرأ على التليفزيون حتى وصل اليوم إلى ما يسمى بـ (التليفزيون ثلاثي الأبعاد)، والتطورات الأخرى في أجهزة الفيديو، وما يرافق السينما من تطور مضطرد، ناهيك عن التغيرات الكبيرة في الصحافة التقليدية أو الورقية، التي تجهد في مواكبة الصحافة الإلكترونية ومثال على ذلك: فإن كبريات الصحف العالمية أسست لها مواقع على شبكة الإنترنت تجتذب الملايين من القراء يومياً، شأنها شأن مواقع الفضائيات التليفزيونية المنتشرة على الإنترنت والوصلات التشعبية لقنوات الراديو الرقمية.

يترافق هذا التطور في وسائل الإعلام القديمة مع الوسائط المتعددة التي جاءت بها التكنولوجيا الحديثة، ووسمت الإعلام والاتصال بمفهوم الإعلام الجديد أو الإعلام البديل، الذي يتمثل في الكثير من المواقع والشبكات منها: المواقع الإلكتروني والمدونات الشخصية والعامة والبوابات الإلكترونية المتعددة ومواقع المحادثة أو الدردشة، والمواقع الإجتماعية المتمثلة في شبكات التواصل الاجتماعي مثل: (الفيس بوك، تويتر واليوتيوب) وغيرها من هذه الشبكات التي تستقطب الملايين من المستخدمين يومياً. بهذا الصدد يقول (ليف مانوفيتش)

حول الإعلام الجديد: "لكي نفهم طبيعة الإعلام الجديد، فإننا نحتاج لتجاوز الفهم السائد، الذي يحدده بشكل عام في استخدام الكومبيوتر لتوزيع وعرض المعلومات. وضرورة النظر إلى الدور التكاملي للكومبيوتر في عمليات الإنتاج كلها وفي وسائل الإعلام كلها الذي أحدث تغييرات هائلة في طبيعة الاتصال، والنظر في طبيعة الرسائل الجديدة الناتجة عن العملية الاتصالية الجديدة أيضاً، فكل الأشكال الغرافيكية وأنواع الرسم، والصور والمؤثرات، والأصوات، والنصوص أصبحت تتم بواسطة الكومبيوتر، وقد جاءت تكنولوجيا المعلومات بحالة التزاوج والاندماج بين صناعات كانت مختلفة جداً في السابق وهي استخدام الكومبيوتر ووسائل الإعلام، ونظم الاتصالات". (18- صادق195).

كما أن مانوفيتش يحصر مفهوم الإعلام الجديد في خمسة عنوانات هي:

"التمثيل العددي Numerical Representation، حالة الانتقال Modularity، حالة الأتمتة Automation، القابلية للتغير Variability، والترميز الثقافي Transcoding Cultural". (18- صادق198).

ويوضح (مانوفيتش) إن "المبدءان الأولان، التمثيل العددي (Numerical Representation) يتمثل في الطبيعة الرقمية لأجهزة الإعلام (Digital Nature Of Media). أما حالة الانتقال (Modularity) فهي تعني أن الأجسام الإعلامية يمكن أن تندمج بين بعضها البعض بينما تحافظ على صفاتها المتفردة أو الخاصة، وهذا ما تمثله الخصائص التكنولوجية الأساسية للإعلام الجديد. ومن هنا تأتي الحالتان اللاحقتان بدءاً من حالة الأتمتة (Automation)، إذ يخضع الإعلام أولاً: للمعالجة الحسابية بواسطة الكومبيوتر، وثانياً: يخضع لحالة القابلية للتغير Variability وتكون الأجسام الإعلامية في حالة تنوع. أما المبدأ الأخير وهو الترامز الثقافي (Cultural Transcoding) فهو يلخص الفهم الخاص لـ (مانوفيتش) بخصوص عملية التأثير الثقافي لاستخدام الكومبيوتر".

(18- صادق198).

أما الباحث (جون بافلك) فلديه رؤية محددة لمفهوم الإعلام الجديد بقوله: "إن المشهد الخاص بتكنولوجيات الإعلام الجديدة يتغير بمثل سرعة تطور هذه التكنولوجيات، وهي تحدث تغييراً راديكالياً في كل ما يتعلق بالطريقة التي نتواصل بها والأشخاص الذين نتواصل معهم، كما أنها تغير كافة أوجه الحياة التي نعيشها من بناء العلاقات الشخصية إلى خلق المصادر المالية

والرعاية الصحية وغيرها. وفي كل عام فإن خطوات التطور التكنولوجي تتسارع وفي كل صباح يعلن عن مبتكر جديد. لقد أخذ الأمر مائتا عام منذ أن اخترع (غوتنبرغ) الحروف المتحركة في عام (1450) إلى دخولها الولايات المتحدة في عام (1693)، بينما شهد القرن الماضي ميلاد وتطور الكثير من التكنولوجيات، كل واحدة منها أحدث ثورة في بعض مناحي الاتصال البشري". (18- صادق198).

يحاول الدكتور (سعود الكاتب) أن يقوم بمقارنة بين الإعلام القديم والإعلام الجديد، معتبراً التفاعلية أهم ما يميز الإعلام الجديد بقوله: "فخاصية توفير مصادر المعلومات والتسلية لعموم الناس بشكل ميسر وبأسعار منخفضة، هي خاصية مشتركة بين الإعلاميين القديم والجديد، الفرق هو أن الإعلام الجديد قادر على إضافة خاصية جديدة لا يوفرها الإعلام القديم وهي التفاعل، أي قدرة وسيلة الاتصال الجديدة على الاستجابة لحديث المستخدم تماماً كما يحدث في عملية المحادثة بين شخصين. هذه الخاصية أضافت بعداً جديداً هاماً لأنماط وسائل الإعلام الجماهيري الحالية، والتي تتكون في العادة من منتجات ذات اتجاه واحد يتم إرسالها من مصدر مركزي مثل الصحيفة أو قناة التليفزيون أو الراديو إلى المستهلك، مع إمكانية اختيار مصادر المعلومات والتسلية التي يريدها متى أرادها وبالشكل الذي يريده". (18- صادق199).

ويضيف (سعود الكاتب): "لقد غيرت تكنولوجيا الإعلام الجديد أيضاً بشكل أساسي من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال من حيث تطلبها لدرجة عالية من الانتباه، فالمستخدم يجب أن يقوم بعمل فاعل (Active) يختار فيه المحتوى الذي يريد الحصول عليه.. وكثير من الأبحاث التي تدرس أنماط سلوك مستخدمي وسائل الإعلام الجماهيري، توضح أن معظم أولئك المستخدمين لا يلقون انتباهاً كبيراً لوسائل الإعلام التي يشاهدونها أو يسمعونها أو يقرؤونها، كما أنهم لا يتعلمون الكثير منها، وفي واقع الأمر فإنهم يكتفون بجعل تلك الوسائل تمر مروراً سطحياً عليهم دون تركيز منهم لفحواها، فمشاهدوا التليفزيون مثلاً قد يقضون ساعات في متابعة برامج التلفزيون، ولكنها غالباً ما تكون متابعة سلبية (Passive)، بحيث لو سألتهم بعد ساعات بسيطة عن فحوى ما شاهدوه فإن قليلاً منهم سيتذكر ذلك، الإعلام الجديد من ناحية أخرى غير تلك العادات بتحقيقه لدرجة عالية من التفاعل بين المستخدم والوسيلة". (18- صادق199).

وحول التماهي بين وسائل الإعلام التقليدية والتفاعلية يرى (الكاتب) أن: "تكنولوجيا الإعلام الجديد أدت إلى اندماج وسائل الإعلام المختلفة، والتي كانت في الماضي وسائل مستقلة لا علاقة لكل منها بالأخرى، شكل ألغيت معه تلك الحدود الفاصلة بين تلك الوسائل.. أنها جعلت من حرية الإعلام حقيقة لا مفر منها. فشبكة الويب مثلاُ جعلت بإمكان أي شخص لديه اتصال بالإنترنت أن يصبح ناشراً، وأن يوصل رسالته إلى جميع أنحاء العالم بتكلفة لا تذكر، هناك أيضاً على الإنترنت عشرات الآلاف من مجموعات الأخبار التي يمكن لمستخدميها مناقشة أي موضوع يخطر على بالهم مع عدد غير محدود من المستخدمين الآخرين في أنحاء متفرقة من العالم". (18- صادق198).

أما الدكتور تيسير أبو عرجه فأنه يتوقف عند شكل وسمات الإعلام العربي، وسط هذا التطور التكنولوجي الهائل في وسائل الإعلام الحديثة، وعند جدوى ومضمون الرسالة الإعلامية الاتصالية، التي يحتاجها المواطن العربي،

والتي ينسجم مع تطلعاته بالقول: "إننا ونحن نعيش هذا التقدم التكنولوجي الذي يفيد منه قطاع الإعلام بشكل كبير، علينا أن ننبه إلى أن (الإعلام العربي الذي نريد)، لصالح الإنسان العربي، هو الذي يكرس العقلانية، ويسمح للخطاب ألتعددي، ويشيع الثقافة الوطنية الديمقراطية،

ويفتح الأفاق المعرفية، ويخاطب العمق الإنساني، ويهتم بالنفاذ إلى الأعماق بعيداً عن القشور والمسائل الشكلية، ويستخدم المعلومة الجديدة، متبعاً في الكتابة أسلوب التحليل والكشف، مراعياً في خطابه حقوق الإنسان العربي الأساسية، ومنها حقه في المعرفة وحقه في حرية القول والتعبير".

(1- أبو عرجة ص 23).

ويرى الباحث أن هناك تغيراً جوهرياً شمل الوسائل الإعلامية كافة من النواحي التكنولوجية والتطبيقية، وغيرت هذه التطورات الشكل المألوف للإعلام، وجعلت منه أكثر استجابة لمتطلبات الجمهور، وأكثر حرية لتناول كافة المواضيع دون خوف من أحد أو تجنب لمقص الرقيب، كذلك ذللت التكنولوجيا الحديثة الصعوبات القديمة الكامنة في طريق الوصول إلى المعلومة الصحيحة، ومعرفة التطورات والأحداث التي تجري في كافة أنحاء العالم، ناهيك عن التواصل السهل واليسير، الذي يربط بين الفرد وأصدقائه ومعارفه وأهله وأساتذته في أية بقعة من الأرض.

بهذا تحقق لأي فرد وفي أي مجتمع، إمكانية امتلاكه لإعلامه الخاص، وقد أطلقت العديد من التسميات لهذا الإعلام، فمنها من تصفه بالإعلام البديل عوضاً أو مقارنة بالإعلام القديم، وأخرى تراه إعلاماً رقمياً مبتعداً عن الصفة التماثلية للإعلام، وأنه أصبح إعلاماً أفقياً أو شبكياً ولا وجود للإعلام الرأسي

فيه. وبهذا صار بمقدور أي فرد امتلاك صحافته الخاصة في هذا العالم الواسع من الإعلام والاتصال، فجاءت تسمية (صحافة المواطن) تعبيراً عن هذه الحرية الوليدة.

(وفي كتابه " *Convergence Culture*: *Where Old and New Media Collide*" يسلط المزيد من الضوء "*Henry. Jenkins*" على كيفية تصادم وسائل الإعلام الجديدة مع وسائل الإعلام القديمة، ويتساءل عن أيهما الأفضل حقاً لعالمنا؟). (Jenkins 27).

لقد أصبح الإعلام الجديد مؤسسة كبيرة وواسعة، يشارك فيها مجتمع متفاعل بأكمله غير مختصر على كتاب وقراء وصحفيين بعينهم، بل فتحت كل الأبواب والأفاق لكل من يريد أن يتبادل مع الآخرين همومهم وأفراحهم واحتياجاتهم ومشاكلهم وأمورهم الحياتية الأخرى، عبر تواصل اجتماعي حي ومشوق. ومن المؤشرات الدالة لمستقبل الإعلام هو ما يطلق عليه (المستقبل التفاعلي الشبكي).

كما يقول (ميشال إنولا): "تشير الدراسات الإستشراقية حول مستقبلنا التكنولوجي، إلى أن القرن الحالي سيكون قرن تعميم التفاعلية وأنظمة الاتصالات. فستعيش المجتمعات رهانات كبرى تتمحور حول التحكم في المعلومات. فالأفراد سيتمكنون من التواصل مع غيرهم،

وتلقي وإرسال كل أنواع المعلومات. هذا المفهوم العالمي والمفرد في الوصول إلى المعلومات، هو الذي يدفع المهندسين والباحثين، في جميع أنحاء العالم، إلى تصور تكنولوجيات الاتصالات المستقبلية. لقد بدأ العالم هذه التغيرات المستقبلية. فالقفزات العملاقة التي يعرفها عالم الهواتف النقالة، إضافة إلى تلك التي يعرفها عالم الكمبيوتر، توحي كلها إن المستقبل سيكون ثورياً".

(2- إنولا ص 87).

ويخلص الباحث إلى القول إن: "الإعلام الجديد كسر القيود السابقة للإعلام التقليدي، وأصبح إعلاماً تعددياً بلا حدود ولا قيود، فتعدد الوسائط في هذا الإعلام أهلته لأن يؤدي أدواراً متميزة ومتقدمة جداً، عجز الإعلام التقليدي عن القيام بها، ودخل هذا الإعلام الجديد على خط التربية والتعليم، وأصبح ملازماً لكل البرامج الدراسية في جميع المدارس والمعاهد والجامعات، إضافة إلى ما يلعبه الإعلام الإلكتروني من دور فاعل في هذا المضمار، فقد ساهم بشكل منقطع النظير في ربط أي إنسان مع المؤسسات التعليمية، وأتاح له التزود بالعلم والمعرفة والثقافة بمختلف أشكالها وأسس تعليمها، وساهم برفع الوعي الإجتماعي الثقافي والسياسي وعلى كافة الأصعدة لعموم بني البشر".

ثانياً: المواقع الإجتماعية (*The Social Network*):

المواقع الإجتماعية: تعتبر أعوام التسعينات الأولى من القرن الماضي، هي البداية الحقيقية لظهور المواقع الإجتماعية، أو التي تسمى شبكات التواصل الإجتماعي على الإنترنت، حين صمم (راندي كونرادز) موقعاً اجتماعياً للتواصل مع أصدقائه وزملائه في الدراسة في بداية عام (1995)، وأطلق عليه أسم (Classmates.com)، وبهذا الحدث سجل أول موقع تواصل إلكتروني افتراضي بين سائر الناس. ومن هنا يأتي السؤال: ما هي المواقع الإجتماعية؟.

وبإجابة أولية يمكن للباحث القول" "إنها مواقع إلكترونية اجتماعية على الإنترنت، وإنها الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي، عندما عز التواصل في الواقع الحقيقي".

(ويتحدث "Paul. Levinson" في كتابه "New Media " عن قصة ظهور الإعلام الجديد وماذا يعني لنا كأناس عاديين أن يكون هناك إعلاماً جديداً). (Levinson 30).

لقد أتاحت المواقع الاجتماعية لمتصفحيها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وكذلك مكنت مستخدميها من إنشاء المدونات الإلكترونية وإجراء المحادثات الفورية وإرسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي: الفيس بوك وتويتر وموقع مقاطع الفيديو اليوتيوب. ونتيجة لتنامي وتطور هذه المواقع الاجتماعية، فقد أقبل عليها ما يزيد عن ثلثي مستخدمي شبكة الإنترنت، ولعبت الكوارث الطبيعية كالفيضانات والزلازل والتسونامي، والأحداث السياسية وحركة الجماهير الشعبية الواسعة وخصوصاً الشباب منهم، ممن يرتادون شبكات التواصل الإجتماعي، دوراً هاماً في شعبية هذه الشبكات، وأصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث.

وحول أهمية الإعلام الجديد يقول (محمد ناصر أحمد) عن العرب والإعلام الجديد: "أصبح مصطلح (الإعلام الجديد) واحداً من أهم المصطلحات التي تثار في العديد من المنتديات والمؤتمرات فهو الصناعة التي حققت المليارات السريعة لـ (مارك زوكربيرج) مؤسس الـ(facebook) كما أنه و بأدواته المميزة أستطاع أن يفجر قضايا عديدة على مستوى العالم وينقل المشاهد من المتابعة إلى المشاركة الفاعلة في كافة مراحل إعداد مادة الخبر وحتى ظهوره على شاشتنا ولا يوجد مثال أقوى على ذلك من الاستخدام السياسي لـ (twitter) من قبل نشطاء سياسيين سواء من مصر أو إيران". (82 موقع إلكتروني).

فعلى صعيد الكوارث الطبيعية، تصدرت أحداث الزلزال المروع في هايتي والتسونامي الذي أصاب إندونيسيا واليابان، اهتمامات متصفحي هذه المواقع، أما ما يتعلق بالأحداث السياسية التي اجتاحت شمال أفريقيا وخاصة في تونس ومصر وليبيا، وبعض بلدان الشرق الأوسط ومنها اليمن وسوريا والبحرين والعراق وقبلها إيران، فقد كان للمواقع الاجتماعية دوراً تحريضياً كبيراً، ومجالاً واسعاً لتبادل الأخبار والمعلومات، وتحديد طرق ووسائل التعامل مع المستجدات اليومية، ومناورات الأنظمة السياسية وفضح أساليبها القمعية ووسائلها لحجب الحقيقة عما يجري في بلدانها.

(يقول: "Matthew A. Russell" في كتابه "Mining the Social Web" مقارنة بتحليل البيانات من الفيس بوك ووسائل الإعلام الاجتماعية، فكيف ينبغي لنا قراءة وتفسير البيانات التي نحصل عليها من وسائل الإعلام الأخرى). (Russell 35).

في ضوء تطورات الأحداث السياسية، فقد أصبحت منطقة الشرق الأوسط تعتمد بشكل أساسي في التواصل على الشبكات الاجتماعية، بشكل يتفوق على التواصل الشخصي، وبهذا الصدد يقول المدير العام الإقليمي

لشركة (يونيفرسال ما كان) في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (بول قطريب): "يواصل الإعلام الاجتماعي تغيير طريقة تواصلنا مع الآخرين، ويؤثر بشكل أساسي على أفكارنا ومشاعرنا ومواقفنا وسلوكنا. وكخبراء اتصالات التسويق من المهم جداً أن نقوم بدراسة وفهم كيفية استخدام المستهلكين لشبكات الإعلام الاجتماعي وتأثيرها عليهم، بغية مساعدة الشركات لتعزيز حصة منتجاتها في الأسواق وزيادة المبيعات وتنمية الولاء لعلاماتها التجارية وتعزيز سمعتها".

(83 موقع إلكتروني).

تقدم شبكات التواصل الاجتماعي خدمات عديدة لمستخدميها ممن لديهم اهتمامات متشابه سواء أكانوا زملاء دراسة أو عمل أو أصدقاء جدد، وتوجز (موسوعة ويكيبيديا الحرة) هذه الخدمات بالتعريف التالي: "معظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً هي عبارة عن مواقع ويب، تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات.

ومن الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغيراً كبيراً في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات. وتلك الشبكات الاجتماعية تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي

وتنقسم تلك الشبكات الاجتماعية حسب الأغراض، فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة لشبكات التدوينات المصغرة، ومن أشهر الشبكات الإجتماعية الموجودة حالياً: (فيس بوك وماي سبيس وتويتر ولايف بوون وهاي فايف وأوركت والشبكة العربية عربيز)".(84 موقع إلكتروني).

هذه المواقع ظهرت تباعاً في منتصف التسعينات من القرن الماضي، واستمر ظهورها حتى أوائل القرن الواحد والعشرين، لكنها لم يكتب لها النجاح بالرغم من التشابه الكبير في الخدمات التي تقدمها، حتى ظهرت مواقع جديدة سجلت نجاحات ملموسة مثل: (ماس سبيس وتويتر وفيس بوك)، التي استطاعت أن تستقطب أعداداً كبيرة من متصفحي الإنترنت، وتعاظم دورها في السنوات الأخيرة وخصوصاً: (الفيس بوك وتويتر واليوتيوب). لم يرتد متصفحي الإنترنت هذه المواقع الاجتماعية لغرض التسلية وإنشاء الصداقات فقط، وإنما هناك دوافع رئيسية وراء هذا الإقبال الواسع على شبكات التواصل الاجتماعي، وهي دوافع مهنية واجتماعية، بهذا التصنيف يرى كل من: (ماثيور فريزر وسوميترا دوتا)، إن هذه الدوافع عبارة عن حوافز تقسم مستخدمي هذه الشبكات إلى فئتين واسعتين وهي:

"الحوافز المهنية والحوافز الاجتماعية: المهنيون الذين يشتركون بمواقع مثل: لينكد إن (LinkedIn)، يفعلون ذلك بالدرجة الأولى بناءاً على حسابات عقلية مرتبطة باهتماماتهم الخاصة بحياتهم المهنية. من جانب آخر، معظم المراهقين الذي يجمعون (الأصدقاء) على موقع (ماي سبيس)،   لا يسعون لتحسين آفاق حياتهم المهنية، الحافز الرئيس وراء تفاعلهم الإجتماعي هو إحساس غريزي غير عقلاني لعقد روابط اجتماعية تقوم على القيم والمعتقدات والأحاسيس المشتركة وما إلى ذلك. في بعض البلدان التي تضع فيها الحكومات قيوداً على حرية التعبير السياسي، أصبحت مواقع مثل: فيس بوك مجتمعات مدنية (افتراضية)،

يزدهر فيها الحوار والجدل في شبكات اجتماعية أفقية. باختصار يمكن استخدام الشبكات الإجتماعية على الإنترنت لبناء رأس المال الاجتماعي بعدة أشكال". (85 موقع الكتروني).

ويرى الباحث أنه: "لو نظر المرء بصورة أوسع إلى مرتادي المواقع الاجتماعية في أنحاء المعمورة، فيرى أن غالبيتهم يبحثون عن علاقات وصدقات جديد، مما يرجح لديهم السبب الاجتماعي على المهني لهؤلاء الشباب، الذين بدءوا حياتهم العامة مع بداية اهتماماتهم بالإنترنت، ولا يمكن

استثناء منطقة الشرق الأوسط من هذا العالم الافتراضي، الذي يكون فيه الشباب المراهقون نسبة الثلث من السكان تقريباً، ولديهم قدرة شرائية كبيرة إضافة إلى اهتماماتهم السياسية".

ويخلص الباحث إلى القول: "لابد من الإشارة هنا إلى أن العديد من مستخدمي الشبكة العنكبوتية، لا يستطيعون التمييز بين مصطلح الإنترنت ومصطلح الويب، فالإنترنت: منظومة واسعة تحتوي على خدمات عديدة منها: المواقع الإلكترونية المتنوعة ومواقع التواصل الاجتماعي ومواقع المحادثة والحوار، إضافة إلى خدمات البريد الإلكتروني والبحث وغيرها، التي تتمثل جميعها في الشبكة العنكبوتية العالمية. أما الويب: فهو مشروع يفوق بقدراته وإمكاناته وسرعة نقله للمعلومات بعشرات المرات أو أكثر من ذلك سرعة، وهو ما يعرف بالويب (2.00)، وهو مشروع أكاديمي واعد، ليكون أكبر شبكة معلومات في الإنترنت".

خدمات الشبكات الاجتماعية:

تقدم الشبكات الاجتماعية أو صفحات الويب خدمات عديدة لمتصفحيها، فهي تتيح لهم حرية الاختيار لمن يريدون في المشاركة معهم في اهتماماتهم، وبظهور شبكات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك وغيره، توسعت الخدمات المرجوة من هذه الشبكات ومنحت متصفحيها إمكانيات واسعة في تبادل المعلومات في مجالات التعليم والثقافة والرياضة وغيرها. وهذه الشبكات هي عبارة عن مواقع إلكترونية اجتماعية.

"وهي مواقع انتشرت في السنوات الأخيرة بشكل كبير وأصبحت أكبر وأضخم مواقع في فضاء الويب ولازالت مستمرة في الانتشار الأفقي المتسارع. هي مواقع تقدم خدمة التواصل بين الأعضاء المنتسبين لها، حيث يمكن لأحد

المستخدمين الارتباط بأحد الأصدقاء عبر الموقع ليصل جديد ما يكتب ويضيف ذلك الصديق إلى صفحة صديقه. كما أنها تمَكِن المستخدم من التحكم بالمحتوى الذي يظهر في صفحته، فلا يظهر إلا ما يضيفه الأصدقاء من كتابات وصور ومقاطع. أما أشهر تلك المواقع فهما : فيس بوك وتويتر". (64 موقع إلكتروني).

ومن خلال هذه الخدمات فإن الباحث يرى أن: "الزوار لهذه المواقع تربطهم علاقات معينة واهتمامات مشتركة ومنها ما يتعلق بالتعليم، حيث يتوفر في هذه المواقع الاجتماعية ومن خلال المشاركين فيها، كماً كبيراً من المعلومات والأبحاث والمواد الدراسية، التي تهم الطلبة بشكل أساسي، يضاف إلى ذلك أن التعليم عبر الإنترنت أتخذ طابعاً حيوياً وتفاعلياً، قياساً بالتعليم الكلاسيكي الذي يخيم عليه الجمود والرتابة، وقد أطلق على هذا النوع الجديد من التعليم أسم (التعليم الإلكتروني)، الذي يحظى باهتمام قطاعات واسعة من الطلبة والشباب، وكذلك العديد من الفئات العمرية الأخرى التي لم تتاح لها فرصة مواصلة تعليمها لأسباب عديدة منها: سياسية واقتصادية واجتماعية".

(يقول: "Hawker .Mark. D" في كتابه " Developer's Guide to Social Programming" إن هذا الكتاب هو بمثابة دليل لأولئك الذين يريدون التواصل من خلال الشبكات الإجتماعية، وكل ما يحتاجون إليه لاستخدام "الفيس بوك، وتويتر، غوغل" للبرمجة الإجتماعية).

(Hawker 25).

ومن الخدمات التي تقدمها هذه الشبكات هي: إتاحة المجال للأفراد في الدخول إلى المواقع الإجتماعية والتعريف بأنفسهم، ومن ثم التواصل مع

الآخرين الذين تربطهم بهم اهتمامات مشتركة. وتنقسم المواقع الاجتماعية إلى قسمين رئيسين هما: القسم الأول: هي مواقع تضم أفراد أو مجاميع من الناس تربطهم إطارات مهنية أو اجتماعية محددة، وتعتبر هذه المواقع مغلقة ولا يسمح بالدخول إليها من عامة الناس، عدا من هم أعضاء في هذه المواقع التي تتحكم فيها شركات أو مؤسسات معينة، وهي من تقوم بدعوات المنتسبين إليها. القسم الثاني: هي مواقع التواصل الاجتماعي المفتوحة للجميع ويحق لمن لديه حساب على الإنترنت، الانضمام إليها واختيار أصدقائه والتشبيك معهم وتبادل الملفات والصور ومقاطع الفيديو وغيرها، ومن هذه المواقع شبكة الفيس بوك.

(يسلط "Grusin Richard. & Bolter .Jay David" الضوء على أهمية فهم وسائل الإعلام الجديدة في كتابهما "*Remediation: Understanding New Media*"). (Bolter 21).

ميزات الشبكات الاجتماعية:

تتيح هذه الشبكات الإمكانية لمستخدميها بإرفاق الملفات والكتابة حول مواضيع محددة ومعينة، تهم المشتركين الآخرين في نفس الصفحة وتخدم مصالحهم المشتركة، ففي كل المواقع الاجتماعية تتوفر إمكانية التعليق على المواضيع المطروحة فيها، وهذا ما يدفع زائري تلك الشبكات للمشاركة بعد التعريف بأنفسهم وكتابة شيء عنهم كالمهنة والاختصاص والاهتمام.

هناك مواقع اجتماعية متخصصة بمجالات محددة مثل: منتديات إعلامية أو ثقافية أو تربوية وغيرها تهم مجموعة محددة من الناس، كما توجد مواقع اجتماعية خاصة بالتجارة والتسوق، وهي أيضاً تهم شريحة معينة من الناس يرتادونها ويتفاعلون معها، يضاف إلى ذلك نوع جديدمن الشبكات الاجتماعية، التي يتواصل فيها مرتاديها من خلال الهواتف النقالة، وتكوين صداقات وإجراء محادثات ونقاشات وتبادل المعلومات عبر شاشات الهواتف النقالة.

يطرح: "Keen Andrew." في كتابه "*The Cult of the Amateur*" العديد من الأسئلة منها: هل وسائل الإعلام الاجتماعية الجديدة هي طريقة ناجعة تساعد العالم على النمو والتقدم؟، أو أنها وسيلة لتدمير اقتصادنا وثقافتنا وقيمنا؟، وهل حقاً وسائل الإعلام الاجتماعية دمرتنا؟).

.(Keen 28)

والتي وصلت إلى حد الإدمان كما يراها الدكتور شريف درويش اللبان في كتابه (تكنولوجيا الاتصال: المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية)، بالقول: "فإن الإفراط في استخدام التليفون المحمول لم يعد شكلاً من أشكال الوجاهة الاجتماعية، بل صار ضرباً من ضروب الإدمان، حيث ذهبت دراسة بريطانية حديثة إلى أن مستخدمي التليفون المحمول من الرجال والنساء يصابون بنوع من الإدمان، بحيث يجدون أنفسهم مدفوعين لاستخدامه دون وعي منهم. والسبب في ذلك - كما تقول الدراسة - إن الموجات الكهرومغناطيسية التي يولدها التليفون المحمول، والتي تتسرب إلى المخ، تسبب إفراز نوع من (الأندومورفينات) يشبه مخدر المورفين ويسبب الإدمان، بحيث يسعى الشخص إلى النشوة على طريقه دون وعي".

(12- اللبان ص 41).

ويخلص الباحث إلى أن: "المواقع الاجتماعية تساعد متصفحيها على إنشاء صداقات جديدة وتكوين علاقات في مجالات عديدة، بتبادل الأخبار والمعلومات وتطور الأحداث الطبيعية والسياسية والاجتماعية. وإن هذه المواقع

هي نتاج للثورة التكنولوجية، وضعت أساساً لخدمة مستخدميها، ولا يمكن أن تقود جماعة أو أفراداً دون رغبتهم أو إرادتهم إلى عوالم أخرى، تؤثر سلباً على الواقع الاجتماعي لهؤلاء الناس، فهي كأي أداة صالحة للاستخدام يقرر مستخدمها الفعل الذي ستؤديه، فإما أن يكون فعلاً حسناً يستفيد منه الفاعل ومن حوله، أو فعلاً سيئاً يضر بالفاعل وبمن حوله، وهذا ما ينطبق بالفعل على شبكات التواصل الاجتماعي، وسر

انتشارها يكمن في حيوية وفاعلية مستخدميها والهدف من استخدامها".

يطرح: "Wittkower E. .D" في كتابه "*Face book and Philosophy*" عدة أسئلة من بينها: ماذا يدور في عقلك؟، كيف أثر الفيس بوك علينا؟، هل الفيس بوك جزء من حياتنا اليومية؟، أم نحن جزء من الفيس بوك؟). (Wittkower 38).

فهناك الكثير من الشبكات المتخصصة في مجالات معينة ولها مشتركيها، وبالتأكيد أن من يشاركون في هذه المواقع، هم من يعطونها صفة المواقع الحسنة أو السيئة، فمن يشاركون في مواقع علمية معرفية سياسية اجتماعية ثقافية سيزدادون وعياً وعلماً ومعرفة، وبنفس الوقت سيسهمون بإثراء تلك المواقع بما يمتلكونه من معرفة يستفيد منها الآخرون، ويرى المتابع من هذه المواقع الكثير وهي مزدهرة في شبكة الإنترنت لفعلها الحسن.

وهناك مواقع أخرى لها مرتاديها ممن يرتضون لأنفسهم الدخول فيها والتفاعل معها مثل: المواقع الجنسية والمواقع التي تحث على العنف والجريمة، وتلك المواقع التي تدعو إلى تفكيك النسيج الاجتماعي، لزرع الطائفية المقيتة والترويج للإرهاب، وهي بالفعل مواقع سيئة.

(تقدم في كتابها " ***Social Network Analysis*: *History*, Theory *and* *Methodology*"** الكاتبة **"Christina. Prell"** تحليلاً شاملاً عن وسائل الإعلام الاجتماعية، وكل ما نحتاج إلى معرفته عن هذه الأشياء الموجود في كل مكان، ألا وهي وسائل الإعلام الاجتماعية الجديدة).

(Prell 33).

وهناك بعض الكتاب والباحثين الذين ينظرون إلى هذه الشبكات الإجتماعية بتوجس وحذر، ويعتبرونها تقلل من (آدمية البشر) كما تقول عالمة الاجتماع (شيري تركل) الأستاذة في معهد (ماساتشوستس) للتكنولوجيا إن: "السلوك الذي أصبح نمطياً قد لا يزال يعبر عن المشاكل التي جعلتنا في السابق نراها على أنها مرضية". (86 موقع إلكتروني).

وفي تفسيرها لما سبق من قولها، ترى (شيري تركل) بان الناس ينعزلون عن الواقع المعاش، ويتيهون في واقع افتراضي، ليس له صلة بحياتهم الحقيقية مما يقلل من آدميتهم وتقول: "إننا ابتكرنا تقنيات ملهمة ومعززة ومع ذلك فقد سمحنا لها بأن تحط من قيمتنا".

(86 موقع إلكتروني).

وتشير الصحيفة البريطانية (ديلي تلغراف) إلى أن: "تحذيرات تركل - وتلك التي من نقاد إلكترونيين آخرين - جاءت عقب وفاة سيمون باك، امرأة من برايتون في أستراليا كانت قد أرسلت مذكرة انتحار على صفحة فيس بوك الخاصة بها". (86 موقع إلكتروني).

ثالثاً: شبكات التواصل: (*Social Networking*).

شهد العالم في السنوات الأخيرة نوعاً من التواصل الاجتماعي بين البشر في فضاء إلكتروني افتراضي، قرب المسافات بين الشعوب وألغى الحدود وزاوج بين الثقافات، وسمي هذا النوع من التواصل بين الناس (شبكات التواصل الاجتماعي)، وتعددت هذه الشبكات واستأثرت بجمهور واسع من المتلقين، ولعبت الأحداث السياسية والطبيعية في العالم دوراً بارزاً في التعريف بهذه الشبكات، وبالمقابل كان الفضل أيضاً لهذه الشبكات في إيصال الأخبار السريعة والرسائل النصية ومقاطع الفيديو عن تلك الأحداث، الأمر الذي ساعد في شهرة وانتشار هذه الشبكات وأهمها: (الفيس بوك، تويتر، واليوتيوب):

1) **الفيس بوك:**

الفيس بوك: هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول وتجاوب كبير من الناس خصوصاً من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تتعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في شباط عام (2004)، في جامعة (هارفارد) في الولايات المتحدة الأمريكية، من قبل طالب متعثر في الدراسة يدعى (مارك زوكربيرج)، وكانت مدونته (الفيس بوك) محصورة في بدايتها في نطاق الجامعة وبحدود أصدقاء (زوكربيرج)، الطالب المهووس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقين له إن هذه المدونة ستجتاح العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جداً، فتخطت شهرتها حدود الجامعة وانتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على أعداد من الزوار ولو أنها كانت في زيادة مستمرة. والتي قال عنها مؤسسها (مارك زوكربيرج): "لقد أضحى كل منا يتكلم عن الفيس بوك العام، الذي تفكر

الجامعة في إنشائه، أظن أنه من السخف أن يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من أجل تنفيذ ذلك. وجدت أن بإمكاني تنفيذه أفضل منهم وفي أسبوع واحد". (15- مزري تش ص 132).

إلا أن هذه المدونة لم تحقق تميزاً على المواقع الاجتماعية الأخرى التي سبقتها مثل موقع (ماي سبيس) وغيره، حتى عام (2007)، حيث حقق القائمون على الموقع إمكانيات جديدة لهذه الشبكة ومنها، إتاحة فرصة للمطورين مما زادت هذه الخاصية من شهرة موقع الفيس بوك، بحيث تجاوز حدود الولايات المتحدة الأمريكية إلى كافة دول العالم، وتجاوز عدد المسجلين في هذه الشبكة في الأول من تموز (2010) النصف مليار شخص، يزورنها باستمرار ويتبادلون فيما بينهم الملفات والصور ومقاطع الفيديو، ويعلقون على ما ينشر في صفحاتهم من آراء وأفكار ومواضيع متنوعة وجديدة، يضاف إلى ذلك المشاركة الفعالة وغالباً ما تكون في المحادثات والدردشات.

(يتحدث: "Kirkpatrick .David" في كتابه "The Facebook Effect" عن هذه الشبكة التي ربطت بين أجزاء العالم المترامية وغيرت معالمه، ويلقي الضوء على كيفية تأثير الفيس بوك على كل العالم وعلى الناس جميعاً). (Kirkpatrick 29).

وتحتل شبكة الفيس بوك حالياً من حيث الشهرة والإقبال المركز الثالث بعد موقعي (غوغل ومايكروسوفت)، وبلغ عدد المشتركين فيها أكثر من (800) مليون شخص، وأصبح مؤسس الفيس بوك أصغر ملياردير في العالم، وهو في السادسة والعشرين من عمره، وتقدر قيمة الفيس بوك أكثر من (خمسة عشر) مليار دولار، وهناك تقدير تشير إلى أن قيمته ارتفعت - ارتباطاً بأحداث العالم الأخيرة وخصوصاً ثورات (الربيع العربي) الآن - إلى (خمسة وستين) مليار دولار أمريكي.

ونتيجة للشهرة والدور والمكانة التي احتلها (الفيس بوك)، فقد قامت أحدى شركات الإنتاج السينمائي، بإنتاج فيلم يحمل أسم (الشبكة الاجتماعية ***The Social Network***)، يروي قصة الفيس بوك، ويتحدث عن الصراع الذي دار بين مؤسس الفيس بوك وزملائه الثلاث، الذين أسسوا في نفس الجامعة موقعاً للتواصل الاجتماعي، ووجهوا الاتهام لـ (زوكربيرج) بسرقة أفكارهم ونقض اتفاقات شفهية كانت بينهم في المراحل الأولى للتأسيس. غير أن الكثير من الآراء ترى أن هذا الإدعاء ما هو إلا محاولة للحصول على حصة معينة من ثروة الفيس بوك الطائلة، ولا يتعدى كونه ابتزاز صريح، لن يكتب له النجاح في المحاكم الأمريكية.

ويؤكد هذا الرأي (بن مزري تش)، في روايته الشهيرة (مليارديرات بالصدفة)، أو حسب عنوان الكتاب الذي وضعه المترجم: (قصة فيس بوك: ثورة وثروة) بالقول: "لم تبطئ الخطوات الخاطئة التي حظيت مؤخراً باهتمام عالمي، وثار حولها الجدل الذي تناول مسائل ملكية محتوى مستخدمي الموقع وإساءة استخدام المعلومات الشخصية لأغراض إعلانية، كلها لم تبطئ الثورة الاجتماعية بإطلاقه، ويبدو أن فيس بوك سوف يستمر في تحسين حياة عدد لا متناهي من البشر لسنوات كثيرة قادمة.. لقد نمى إنتاج (مارك زوكربيرج) الذي بدأه من عنبر نوم صغير في هارفارد ليصبح واحداً من أكثر الشركات تأثيراً في الإنترنت.

وبالرغم من أنه من غير المعروف مقدار ثورة (مارك زوكربيرج) اليوم، فهو بالتأكيد واحد من أثرى أثرياء أبناء جيله في هذا الكوكب، وقد تم وصفه كأصغر ملياردير عصامي على مر التاريخ". (15- مزري تش ص 314).

(يوصف: "Ben Mezrich" في كتابه "*The Accidental Billionaires*" قصة الرحلة التي تبدأ من فكرة لأحدى كبرى الشركات، مروراً بما ما تحتويه فصولها من قصص للجنس والخيانة، وتنتهي بأفكار عبقرية وكثير من المال). (Mezrich 32).

بالرغم من أن (زوكربيرج) لم يفضل فكرة إنتاج فيلم سينمائي عنه إلا بعد وفاته، لكنه تجاوز اعتراضه الشخصي واستساغ الفكرة وقبل بها. وقد واجهت مخرج الفيلم (ديفيد فيشر) صعوبات عديدة في تنفيذ وإكمال هذا الفيلم، وفي مقدمة هذه الصعوبات أن جامعة (هارفارد) رفضت التصوير في أروقة الحرم الجامعي. لقد استند الكاتب (آرون سوركين) في تأليف سيناريو الفيلم على كتاب (مليونيرات بالصدفة)، وقد جسد بطولة الفيلم كل من (جيسى إيزينبرج وجوستين تيمبرلاك)، وبالرغم من خيال الكاتب ورؤية المخرج، إلا أن الفيلم استند على بعض الحقائق التي تلازم شخصية مؤسس الفيس بوك (زوكربيرج)، حيث يعرف عنه بأنه انطوائي وعبقري مهووس في التفاعل الاجتماعي عبر الإنترنت، الأمر الذي تسبب في حياته العامة بفقدان أقرب الأصدقاء.

إن "فيلم (*The Social Network*) يحكي قصة حياة مارك زوكربيرج مؤسس الموقع الاجتماعي الشهير (فيس بوك)، وتدور أحداثه حول مارك الشاب المنطوي، الذي يهوي التكنولوجيا بمختلف أنواعها، واستطاع أن يصمم موقع للتواصل مع أصدقائه في الجامعة، وتنقلب حياته رأساً علي عقب بعدما يتحول الموقع لشبكة عالمية تضم أكثر من 500 مليون شخص ويصبح من أثرياء العالم، بعدما كان يعيش في منزل متواضع لا يمتلك فيه جهاز تليفزيون، والفيلم مأخوذ من الرواية الشهيرة (ملياردیرات بالصدفة) (*Billionaires The Accidental*) للكاتب (بن مزري تش)".

(87 موقع إلكتروني).

ويرى الباحث أن الفيس بوك هو موقع تواصل اجتماعي يعمل على تكوين الأصدقاء ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية ومقاطع الفيديو والتعليق عليها وإمكانية المحادثة أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وقد وصل عدد المشتركين فيه بعد ست سنوات من عمره، أكثر من (800) مليون مشترك من كافة أنحاء العالم، وكما هو معروف في الكثير من الوسائل الإعلامية ووسائل التواصل الاجتماعية، أن هناك من استغله في الجانب السيئ، وهناك من استفاد منه للتواصل بالصور والتعليقات مع أصدقائه في شتى أنحاء العالم.

من يرتاد الفيس بوك:

إن الاعتقاد السائد بأن الفيس بوك هو شبكة إجتماعية يرتادها الشباب فقط، إلا أن واقع الحال يثبت خلاف ذلك، حيث أن هذه الشبكة مفتوحة للجميع: أساتذة جامعات وأدباء وكتاب وفنانين وغيرهم من مختلف الفئات العمرية، ويرى بهذا الصدد الأديب النمساوي (روبرت مينا سه Menasse)، بان الفيس بوك هي شبكة لمن يريد أن يشارك، ويتعرف على الجديد فيها، والوصول إلى أكبر عدد من القراء بقوله: "يريد الفنان أن يكون وحيداً، غير أن الفنان لا يطيق الوحدة!". (88 موقع إلكتروني).

ويرى (مينا سه) أن الفيس بوك وسيلة يمكن من خلالها الوصول إلى القراء وتبادل الآراء معهم، ويعتبر الفيس بوك موقعاً ساحراً بقوله: "من ناحية أستطيع أن أغلق الفيس بوك ببساطة، ومن ناحية أخرى أستطيع من خلاله

الوصول إلى ألف إنسان في جزء من الثانية. هذا شيء ساحر!" (133)، إلا أن ما يلفت الانتباه قول (مينا سه): "لست مشهوراً كشاعر، غير أني جربت قلمي في الشعر، ونشرت بعض القصائد على الفيس بوك، وسألت الأصدقاء أن يبدوا رأيهم فيما أكتب. وفي الحقيقة لقد تعلمت من ردود الفعل كثيراً جداً، كما اكتسبت الشجاعة على مواصلة الكتابة في هذا الجنس الأدبي". (88 موقع إلكتروني).

إن الفيس بوك: هذا الوليد الجديد، الذي ما زال يافعاً، قد استحوذ على اهتمام الكثير من الأدباء والفنانين وعموم المثقفين والباحثين والمفكرين، إلى جانب المجاميع العديدة من الشباب بمختلف فئاتهم العمرية، وقد أثار حوله الكاتب (مهاب نصر) العديد من الأسئلة وطرحها على عدد من الكتاب والشعراء ليسجلوا آرائهم بهذا الوليد (الفيس بوك)، في جريدة (القبس الكويتية) منها رأي للشاعرة الدكتورة عالية شعيب التي ترى: "أن المثقف يشعر بوحشة وكآبة أحياناً بسبب فقر التواصل في النطاق العربي وتوزع المثقفين والكتاب والأصدقاء في الدول العربية والغربية. أيضاً بسبب ضآلة مساحة النقد إن لم نقل انعدامها. لذلك يجعل الفيس بوك النقد والتواصل والتبادل والتفاعل متاحاً، كما يتيح مساحات رحبة للعثور على أصدقاء فقدوا بسبب الدراسة أو السفر". (89 موقع إلكتروني).

وترى الدكتورة شعيب في الفيس بوك: "أنه يعتبر مدونة عملاقة يشارك فيها الجميع كمهرجان ملون مضيء للحياة الفكرية والأدبية. يجب ألا يكون الكاتب أو المثقف منعزلاً أو وحيداً أو مغترباً في ذاته أو في محيطه أو في مجتمعه، بل يجب أن يحلق في فضاء التواصل محاطاً بالمحبة حتى يبدع أكثر، وحتى يزيد التفاؤل لديه وبذلك ينعكس هذا على إبداعه وحياته عامة..

واللغة المتداولة تتأرجح بين الشخصي والأدبي والنقدي، لكن الجو العام مرح وتسوده روح الصداقة وحب الحياة، فالكل يمد أذرعه للكل، ما عدا بعض الأمور السلبية البسيطة التي يمكن التعامل معها بحزم وفق قوانين وضوابط الفيس بوك. فالبعض يعتبر دخيلاً لا يفقه أدب الحوار أو الأخوة، والبعض يمزج الشخصي بالمهني، وهكذا يتم التعامل مع هؤلاء بصرامة وحزم حتى لا يتشوه أو يتأثر الجو العام ولا تقل نسبة الاحترام والإيجابية وهذا أمر مهم". (89 موقع إلكتروني).

إلا أن هناك إشكالية تلفت نظر رواد الفيس بوك وتقلقهم أحياناً ولا يمكن إغفالها، وهي أن الأصدقاء الذين يزورون صفحة المشترك، والتعليقات التي يدونوها في هذه الصفحة، والكثير من المواضيع التي يرفقونها أحياناً، تصبح محط نفور وانزعاج البعض من رواد الفيس بوك. خصوصاً وأنها تجري دون موافقة صاحب الصفحة وفي أغلب الأحيان دون علمه.

ويرى الباحث أن: "فكرة الفيس بوك تتلخص في إمكانية التقاء الأصدقاء القدامى وكذلك الأصدقاء الجدد، وتبادل المعلومات وآخر الأنباء والتطورات معهم، بالإضافة إلى الميزات الأخرى كتبادل الصور ومقاطع الفيديو وغيرها، وبالاستطاعة القول أن الفيس بوك يقدم مجموعة من الخدمات الأساسية لزواره، تتمثل بالدرجة الأولى في الرسائل: وهي خاصية يتيحها الفيس بوك بشكل مبسط وسهل للغاية لكل الأصدقاء، كذلك بإمكان أي شخص لديه صفحة شخصية على الفيس بوك أن يثبت المناسبات الهامة التي تخصه وعائلته،

ويرغب بحضور أو مشاركة الأصدقاء معه فيها. وتثار كثيراً مسألة الأصدقاء الجيدين وكذلك السيئين، الذين يحتلون صفحة المستخدم وهي لا تستحق الإثارة، فبإمكان صاحب الصفحة أن يضيف من يريد ويحذف من لا يريد من القائمة، وبذلك لا تكون هناك أية مشكلة".

(يوضح الكاتبان: "Nicholas A. Christakis، & James H. Fowler" في كتابهما بعنوان التواصل "Connected " الكيفية التي تقوم بها وسائل الإعلام الاجتماعية في تغيير حياتنا، أو مصيرنا، في ضوء ما يكتبه أصدقاء، أصدقاء، أصدقائك على الفيس بوك).

(Christakis 23).

ومن الخدمات التي يقدمها الفيس بوك هي إمكانية تكوين ألبومات صور خاصة بالمشترك وعائلته وأصدقائه، ويكون متاح للأصدقاء الآخرين الإطلاع عليها. ومن يرغب في التسلية فتوجد في شبكة الفيس بوك الآلاف من الألعاب المسلية، وبالإمكان اللعب فيها منفرداً أو ضمن مجاميع من الأصدقاء. ولم تغفل صفحة الفيس بوك قضايا الإعلانات، لأنها مهمة للكثير من الناس، فكيف إذا كانت تعرض بشكل شيق ومتطور، وهذا ما يتيحه الفيس بوك لمستخدميه.

وقدمت الفيس بوك دليلاً خاصاً بها، يتضمن الملايين من التطبيقات لأغراض كثيرة ومتنوعة. ويقدم الفيس بوك خدمات أخرى أيضاً وهي، إمكانية إضافة روابط مهمة للمستخدم مثل: مواقع الفيديو المفضلة، ومواقع مهنية وثقافية ربما تستهوي المستخدم وتسترعي انتباهه.

(يوصف: "Ben Mezrich" في كتابه "The Accidental Billionaires" قصة الرحلة التي تبدأ من فكرة لأحدى كبرى الشركات، مروراً بما ما تحتويه فصولها من قصص للجنس والخيانة، وتنتهي بأفكار عبقرية وكثير من المال). (Mezrich 32).

ويخلص الباحث إلى القول: إن خدمات الفيس بوك كثيرة جداً، ولا يمكن التوقف عندها جميعاً، ولكن يمكن في نهاية الحديث التوقف عند خدمة

الملاحظات، فهي فكرة جديدة تفتقر إليها الكثير من المواقع، ويكاد ينفرد بها الفيس بوك، حيث تكون هذه الخاصية بمثابة مفكرة يسجل فيها صاحب الصفحة الشخصية أهم مواعيده وارتباطاته. والفيس بوك الذي كان يعني في بداية ظهوره (الدفتر الورقي)، أصبح اليوم من أضخم المؤسسات التجارية، وأكبر مواقع التواصل الاجتماعية، ولا يمكن في الوقت الحاضر الاستغناء عنه، خاصة وأنه أصبح سلاحاً فعالاً للتواصل والتجمع والتحريض،

وبث الأفكار الثورية، وفضح الأنظمة الدكتاتورية، ليس في العالم العربي فقط، وإنما في جميع أنحاء العالم، وأصبح الفيس بوك أحد ألد الأعداء وأهم المعالم، التي يوجه إليها الحكام الطغاة حقدهم وغضبهم عن طريق حجبه في بلدانهم، ومنعه من أداء دوره الكبير والمتميز في فضح أنظمتهم المستبدة والفاسدة.

من هم مستخدمي الفيس بوك:

يقود هذا السؤال المهتمين أولاً لمعرفة ماهية هذه الشبكة (الفيس بوك) قبل البحث عن مرتاديها، وهل هي مفيدة أم مضرة؟ صديقة أم عدوة؟ ضرورية لنا أم مجرد وسيلة نقتل فيها الوقت ونتسلى بها؟ في هذا السياق يتساءل الدكتور جمال مختار ويرى أنه: "فجأة أقتحم حياتنا الفيس بوك، وبدون أية مقدمات أصبح شيء أساسي في النظام اليومي لعدد كبير منا، عرف ناس ببعض، رجع صداقات قديمة وزملاء دراسة تخيلنا أننا لن نراهم أبداً، تسلينا به كثيراً وتسلى بنا أكثر، لم ندرك مدى خطورته أو الغرض من إنشائه ولكن سمعنا الكلام ونفذنا جميع التعليمات دون مناقشة، أنشأنا العديد من الجروبات وأنظمتنا لجروبات أكثر. تبادلنا ملفات وصداقات ومعارف، أفاد العديد منا في أعمالهم وتجارتهم ومصالحهم الخاصة.. البعض منا أستغله استغلالاً سيئاً جداً والبعض الآخر أستغل. تولدت أفراح وأحزان من الفيس بوك، وحتى الآن لم تبدو للكثير منا حقيقة الفيس بوك؟ هل هو عدو لنا جميعاً أم صديق؟

هل أصبحنا أداة لتنفيذ رغبات الغير دون أن نشعر"؟. (14- مختار ص3).

وبالعودة إلى السؤال الأساسي: (من هم مستخدمي الفيس بوك)؟، من هم مرتادي هذه الشبكة المثيرة للجدل (الفيس بوك)؟، وإلى أي صنف من الزوار ينتمون؟، وقد تكون هذه الأسئلة هي التي دفعت بالكاتبة الألمانية (إيلينا زنغر) والكاتب (خالد الكوطيط)، أن يتوقفا أمام نموذج من زوار الفيس بوك والمشتركين فيه، وأن يعتبرا مجموعة من الزوار تندرج ضمن النماذج التالية:

النموذج الأول: المتخفي/ ضمن هذا النموذج يرى الكاتبان أن الكثيرين ممن يسجلون أنفسهم لا يفهمون مبدأ التواصل والتشابك، فيخفون صورتهم ولا يقدمون أية معلومات شخصية عنهم للأصدقاء الذين يدعونهم، ويقول الكاتبان:"هؤلاء لا يفصحون عن هويتهم ويكتفون بالملاحظة وبالإطلاع على الصفحات الشخصية للمستخدمين الآخرين.ربما يخاف هذا النمط من المستخدمين من أن يفوتهم شيء ما.أو يعيشون طفولتهم من جديد حيث كانوا يكتفون بالوقوف في ركن ما من ساحة المدرسة- يكتفون بمراقبة زملائهم ويكبحون الرغبة في اللعب معهم أو حتى مكالمتهم - لكن التجربة أظهرت أن خيار التخفي ليس بالأمر السيئ على الإطلاق،إذا ما أخذت بعض التعليقات غير اللائقة التي يكتبها البعض بعين الاعتبار".

(100 موقع إلكتروني).

النموذج الثاني: رفيق المدرسة / (لم نلتقي منذ وقت طويل)، بهذا يتحدث الكاتبان عن هذا النموذج من الأشخاص فيوضحان: "هذه الرسالة يتلقاها المرء من أشخاص فقدت آثارهم منذ وقت طويل، وغالباً ما يكونوا

زملاء من أيام المدرسة. رسالة تثير فضولاً كبيراً عما أصبحت عليه أحوال الآخر، لكن في كثير من الأحيان ما يلبث هذا الزميل القديم أن يختفي ولا يبقى سوى أسمه في لائحة الأصدقاء". (100 موقع إلكتروني).

النموذج الثالث: الخطيب السابق أو الخطيبة السابقة / هم أصدقاء غير مريحين، ويتوقف الكاتبان عند هذه النوع من الأصدقاء، الذين يتجسسون على صفحات المشتركين في الفيس بوك، وقد يثيرون بعض المشاكل غير المريحة لصاحب الصفحة، كون أنهم يحاولون التأثير على علاقاته الجديدة، وخلق المشاكل في علاقته مع أصدقائه الجدد.

النموذج الرابع: الأبوين / لاشك أن الكثير من الآباء والأمهات لا يعرفون عن الفيس بوك ما يكفي، إضافة إلى أنهم لا يرغبون في خوض هذه التجربة الجديدة، لكن حرصهم على أولادهم يدفعهم في الكثير من الأحيان إلى التطفل على اهتمامات الأبناء والبنات بهذا التواصل الاجتماعي،

والدخول إلى صفحاتهم وطلب صداقة أبنائهم، الذين يقومون بتشكيل مجاميع من الأصدقاء تحد من تدخلات الآباء في شؤونهم، ومن هذه المجموعات التي يشكلونها الأبناء: (دعونا نقصي الآباء من الفيس بوك).

النموذج الخامس: المدير / يتسم هذا النموذج بطابع أكثر ما يقال عنه تجسسي - نرجسي، فالمدير يفتح صفحة شخصية له على الفيس بوك، ويدعو العاملين عنده بالتسجيل في الفيس بوك والدخول إلى صفحته الخاصة، ومن هنا يحقق نرجسيته باعتباره يتحكم فيهم حتى وهم في العالم الافتراضي، هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى يصبحون تحت أنظاره ويراقب تحركاتهم وسلوكهم.

النموذج السادس: القريب / يرى الكاتبان في هذا النموذج أنه: "لا داعي

لمكالمة القريب البعيد، لمعرفة كيف حاله. فالخبر يمكن قراءته على الفيس بوك. ولا حاجة للحديث عن الجد أو الجدة أو عن أشياء لا أهمية لها. فيس بوك يمنح إمكانية البقاء على اتصال بهؤلاء الأقارب دون الحاجة للاتصال بهم".(100 موقع إلكتروني).

النموذج السابع: الأصدقاء الحقيقيون / يخلص الكاتبان إلى أن الأصدقاء الحقيقيون هم أصدقاء بصرف النظر إن أضيفوا إلى العالم الافتراضي أو لا، ويقولان: "الصديق الحقيقي هو الصديق الذي نعرفه منذ وقت طويل. في هذه الحالة لا يحتاج المرء لفيس بوك للحفاظ على الصداقة. لكن ضم هؤلاء الأصدقاء إلى لائحة الأصدقاء على الفيس بوك هو أمر طبيعي، على الرغم من قلة أو عدم أهمية ما يمكن إضافته هناك حول هؤلاء الأصدقاء". (90 موقع إلكتروني).

ويرى الباحث في هذا السياق: "بما أن الكاتبين أغفلا أو نسيا أن يتحدثا عن جمهرة واسعة من مرتادي شبكة الفيس بوك، التي لا تندرج تحت تصنيفات النماذج السابقة، ولا تنطبق عليها المواصفات التي تطرق إليها الكاتبان، فإن الباحث يضيف نموذجاً آخراً هو: (النموذج الطبيعي)، الذي يمثل هذه الجمهرة الكبيرة، ويتمثل في العلماء والخبراء والباحثين والكتاب والأدباء والفنانين والصحفيين وأساتذة وطلبة الجامعات وعموم المثقفين، الذين يرفدون دائماً بأفكارهم وإنجازاتهم العلمية والثقافية، جوانب ليست بالقليلة من الحضارة الإنسانية، ويسهمون بثقافة التعايش والتسامح والحوار، ويقدمون خلاصة أفكارهم وجهدهم وإبداعاتهم لخير البشرية".

2) تويتر:

تويتر: كما يراه الباحث: "هو أحدى شبكات التواصل الاجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دوراً كبيراً في الأحداث السياسية في العديد من البلدان، وخاصة في منطقة الشرق الأوسط، وتصدرت هذه الشبكات في الآونة الأخيرة ثلاثة مواقع رئيسية، لعبت دوراً مهماً جداً في أحداث ما يسمى بثورات (الربيع العربي) وهي: (فيس بوك – تويتر – يوتيوب). وأخذ (تويتر) أسمه من مصطلح (تويت) الذي يعني (التغريد)، وأتخذ من العصفورة رمزاً له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفاً للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصاً موجزاً مكثفاً لتفاصيل كثيرة".

ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات (التويتات)، من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية، أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة هذه، إمكانية الردود والتحديثات عبر البريد الإلكتروني، كذلك أهم الأحدث من خلال خدمة (RSS) عبر الرسائل النصية (SMS).

كانت بدايات ميلاد هذه الخدمة المصغرة (تويتر) أوائل عام (2006)، عندما أقدمت شركة (Obvious) الأمريكية على إجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتاحت الشركة المعنية ذاتها استخدام هذه الخدمة لعامة الناس في أكتوبر من نفس العام، ومن ثم أخذ هذا الموقع بالانتشار، باعتباره خدمة حديثة في مجال التدوينات المصغرة، بعد ذلك أقدمت الشركة ذاتها بفصل هذه الخدمة المصغرة عن الشركة الأم، واستحدثت لها أسماً خاصاً يطلق عليه (تويتر) وذلك في أبريل عام (2007).

(تقول في كتابها " ***Twitter* for *Good*: *Change* the *World One Tweet* at *a Time*" أو "تويتر للأبد"، الكاتبة "Claire. Diaz-Ortiz" إن هذا دليل عن كيفية تغيير العالم مع تويتر خطوة، خطوة، تغريده، تغريده، في آن واحد). (Diaz 24).**

ويرى الباحث: "أن تويتر هو موقع تواصل اجتماعي لا يقل أهمية عن الفيس بوك ويعتبر المنافس الأكبر له، ويقدم خدمة مصغرة لمستخدميه من المغردين، تمكنهم من إرسال تحديثاتهم برسالة لا تزيد على (140) حرفاً للرسالة الواحدة إلى صفحاتهم الخاصة، ويمكن للزوار قراءتها وكتابة الردود عليها، ويتميز تويتر بسرعة إيصال المعلومات خصوصاً الإخبارية".

<u>كيف يعمل موقع تويتر:</u>

يورد موقع (أكبر مجمع للأخبار التقنية) في مقال له عن كيفية عمل (موقع تويتر) بالقول إنه: "يمكن للمستخدمين الاشتراك في موقع تويتر بشكل مباشر عن طريق التسجيل من خلال الصفحة الرئيسية للموقع، وبذلك يتكون لديهم ملف شخصي باسم الحساب، حيث تظهر آخر التحديثات بترتيب زمني. تدور التحديثات حول السؤال "ماذا تفعل الآن؟ (*What are you doing*)، والتي لا تتجاوز الـ (140) حرفاً. وبعد أن يقوم المستخدم بتحديث حالته ترسل تلك التحديثات إلى الأصدقاء". (91 موقع إلكتروني).

ومن الأمور اللافتة للنظر أن اللغة الإنكليزية، التي كانت الوحيدة المستخدمة في خدمة تويتر قد تطورت، حيث أنه في عام (2008) ظهر الموقع باللغة اليابانية، وتزايدت بشكل ملفت أعداد المستخدمين من المواطنين اليابانيين، بحيث تفوق التويتر الياباني على التويتر الإنكليزي، واستطاع اليابانيون تطوير نسختهم، وذلك من خلال إضافة الإعلانات إليها، وهذا ما لم يكن متوفراً باللغة الإنكليزية، ومن ثم تعددت لغات التويتر حتى وصلت في نهاية عام (2010) إلى سبع لغات هي: (الإنكليزية، الفرنسية، الألمانية، الإيطالية، اليابانية، الأسبانية، والكورية).

حتى نهاية عام (2010) وصل عدد المغردون الذين يستخدمون تويتر إلى أكثر من (200) مليون مغرد، وذلك لسهولة الاشتراك في هذه المدونة المصغرة، حيث لا يتطلب الأمر سوى فتح حساب على الموقع الرئيسي في تويتر، ويصبح للمستخدم بعد ذلك ملف بحسابه الشخصي، وتبدأ التحديثات بالظهور على صفحته الخاصة، بترتيب زمني تتمحور حول سؤال محدد (ماذا تفعل الآن)، ضمن (140) حرفاً، وكلما حدث المستخدم صفحته كلما تلقى تحديثات جديدة من الأصدقاء.

بالرغم من أن الإنترنت والإعلام الحديث والتطورات التكنولوجية تطرح دائماً العديد من المواقع المنافسة إلى تويتر، إلا أن مستخدمي هذه المدونة ارتبطوا بها ارتباطاً وثيقاً، بحيث لا يمكنهم الاستغناء عن التغريد في تويتر.

وفي تويتر يستطيع المرء أن يقوم بعملية البحث عن أشخاص أو عنوانات ومواضيع مختلفة، باعتباره تجمعاً من مجموعة أصدقاء في كافة أنحاء العالم، يمكنهم تبادل الأخبار القصيرة فيما بينهم، ولا يهمهم إن كان هؤلاء الأصدقاء قريبون أم بعيدون، هذا ما يقوم به الكثير من المستخدمين في البحث عن أصدقاء، بهدف التعارف والصداقة من خلال تبادل الرسائل النصية القصيرة،غير أن المدونين يرون في تويتر أداة تدوين مصغرة تساعدهم في رفد مدوناتهم بالأخبار والأحداث الموجزة والآنية.

ويعتبر المطورون أن تويتر يمتلك إمكانيات لا حدود لها، ويستفيدون من هذه المدونة في البرمجة والتطبيقات، خصوصاً وإن تويتر يقدم خدماته التدوينية المصغرة مجاناً لكافة المستخدمين شأنه شأن شبكات التواصل الاجتماعي الأخرى.

ومن الأمور اللافتة للنظر أن تويتر دأب دائماً على إضافة إمكانيات جديدة لمستخدميه ومنها مثلاً: هناك الكثير من يتابعونك على صفحاتك الشخصية (Followers)، ولكن ليس بالضرورة أن تقوم بمتابعتهم والعكس صحيح، فهناك من تتابعهم (Following)، ولا يعني ذلك أنهم سوف يتابعونك.

يقول الكاتب إبراهيم محمد: "أصبحت كلمة تويتر واحدة من الكلمات المميزة التي نسمعها كثيراً، كلما تصاعدت الأحداث في مكان ما من العالم، فكان تويتر هو الوسيلة التي اخترقت الحجب في إيران وتونس ومصر وغيرها، لتروي للعالم ما يحدث هناك بعيداً عن مقص الرقيب، وكان تويتر هو الوسيلة التي طافت العالم بسرعة خاطفة، لتروي ما يحدث في كارثة (هايتي وتشيلي وسيول جدة) وغيرها من الكوارث لحظة وقوعها".

(92 موقع إلكتروني).

ويضيف: "لا يوجد قيود على عدد من تتابع أو من يتابعوك أو عدد الرسائل التي ترسلها، لكن القيد الوحيد هو عدد الحروف التي تكتبها في الرسالة الواحدة، حيث يسمح لك تويتر في كل رسالة بـ (140) حرف فقط. قد تضنونها عيب كبير في تويتر لكن عندما تتفاعلون معه ستكتشفون أنها ميزة رائعة، لأنها تجبر المتحدث على أن يكون كلامه مركز، مباشر، وذو معنى. وكما يقول المثل: (خير الكلام ما قل ودل)".(102 موقع إلكتروني).

<u>فوائد تويتر:</u>

يوفر تويتر لمستخدميه إمكانيات عديدة منها: معرفة ما يقوم به أصدقائهم دائماً وفي أي وقت، كما أنه أسرع وسيلة لطرح التساؤلات على الأصدقاء وتلقي الإجابات الفورية، بالإضافة إلى أنه يتح للمستخدم إمكانية إرسال الأخبار الهامة جداً والسريعة والمحيطة به كالاستغاثة أو الإخبار عن حادث مهم جداً. وفي الوقت ذاته يتح تويتر للمستخدمين متابعة كل أحداث العالم الهامة فور وقوعها، ويستطيع المستخدم أيضاً معرفة ما يفعله أصدقاءه ومعارفه الذين يهمه أمرهم ومتابعة أخبارهم وشؤونهم.

ويقدم موقع تويتر تعريفاً مقتضباً له بأنه: "خدمة تساعد الأصدقاء وأفراد العائلة وزملاء العمل على التواصل وإدامة الإتصال بعضاً ببعض، عبر تبادل أجوبة سريعة ومعتادة لسؤال واحد بسيط هو: ماذا تفعل الآن؟"(93 موقع إلكتروني).

مما لاشك فيه أن تويتر قد أثبت بأنه الأفضل في سرعة نقل الأخبار والأحداث ساعة وقوعها ومن موقع الحدث، مثال على ذلك الخبر الذي تداوله العالم أجمع في مطلع عام (2009)، الذي أرسله أحد مستخدمي تويتر مرفقاً بصورة للخبر عن: "حادث الهبوط الاضطراري لطائرة الخطوط الجوية الأميركية على سطح نهر (الهد سون) يوم 18 يناير/ كانون الثاني".

(93 موقع إلكتروني).

لقد أصبحت كبرى المؤسسات الإعلامية العالمية تعتمد على تويتر في تغطية الأحداث وتطور الأخبار الآنية والعنوانات الرئيسية، ويستعين بتويتر العديد من الصحفيين في الحصول على مادتهم الإعلامية وما يهمهم من القراء واهتماماتهم، فقد يوجهون لهم الأسئلة ويتلقون إجابات مفيدة عليها تساعدهم في إنجاز تقاريرهم الإخبارية ويستفيد أيضاً من يعمل في (صحافة المواطن) من إمكانيات تويتر العديدة.

كما توضح ذلك شبكة الصحافة العربية بالقول: "يشكل تويتر وسيلة لتزويد مستخدميه بتحديثات في الزمن الحقيقي تقريباً حول أخبار جارية ونامية، ويمكن للمراسلين من موقع الخبر إبقاء جمهورهم مطلعاً على ما يجري أولاً بأول، بدلاً من التقييد بالوقت الذي تقتضيه وسائل إعلامية أخرى". (93 موقع إلكتروني).

ولكن مع هذه الخدمة المميزة التي يقدمها تويتر، فإن هناك من يسئ استخدامها، حيث يرسل معلومات قد تكون خاطئة أو غير موثوقة، مما يلزم المؤسسة الإعلامية التراجع عنها أو تصحيحها.

في ضوء ما تقدم يخلص الباحث إلى "أن لشبكة (تويتر) ميزات وعيوب واضحة، فمن ميزاته يعلمك بالخبر حال وقوعه ومن موقع الحدث، كما أنه يضعك في معرفة دائمة عن أخبار الذين تهتم بهم، وتستطيع من خلاله الحصول على الاستشارة والاستفادة من تجارب الأصدقاء، ويتيح أيضاً إقامة علاقات صداقة جديدة وإجراء حوارات مع أناس مشهورين في مختلف المجالات وخاصة تلك التي تهمك، إضافة إلى إمكانية الحصول على خلاصة وافية لما تنشره المواقع الإلكترونية، التي ترتبط بها مباشرة أو من خلال أصدقائك. ومع كل ذلك فإن تويتر لا يخلو من النواقص والعيوب العديدة، يأتي في مقدمتها الترويج السريع للشائعات، والإدعاءات الكاذبة بانتحال شخصيات وهمية، وقد يحتوي تويتر في بعض الأحيان على صور خاصة لا تليق بالذوق العام، كما وأن البعض يلجأ في استخدام تويتر في أمور ضارة وغير مفيدة".

3) اليوتيوب:

اليوتيوب: هو أحد المواقع الاجتماعية الشهيرة، والذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصاً في دوره المتميز في الأحداث الأخيرة التي جرت ووقعت في أنحاء مختلفة من العالم منها: الكوارث الطبيعية والتحركات والانتفاضات الجماهيرية والثورات الشعبية.

إذن فما هو موقع اليوتيوب؟. يرى الباحث أن اليوتوب هو: موقع لمقاطع الفيديو متفرع من (غوغل)، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشتركين فيه ويزوره الملايين يومياً، وتستفيد منه وسائل الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها، كما يستفيد مرتادي الفيس بوك من مقاطع الفيديو التي تتعلق بالانتفاضات الجماهيرية في كل البلدان العربية والشرق الأوسط وعرضها على صفحات الفيس بوك، ويعتبر اليوتوب من شبكات التواصل الاجتماعية الهامة.

(تتحدث: "Rebecca. Rowell" في كتابها " ***YouTube*: The *Company* and *Its Founders***" عن ظاهرة اليوتيوب والعقول اللامعة وراء تلك الظاهرة، وكيف بدأ اليوتيوب من فكرة بسيطة إلى أن أصبح شركة كبرى ومن أهم شبكات التواصل الإجتماعي). (Rowell 34).

تأسس اليوتيوب من قبل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة (باي بال "PayPal") عام (2005) في ولاية (كاليفورنيا) في الولايات المتحدة الأمريكية، ويعتمد اليوتيوب في عرض المقاطع المتحركة على تقنية (أدوب فلاش)، ويشتمل الموقع على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتليفزيون والفيديو والموسيقى. وقامت (غوغل) عام (2006) بشراء الموقع مقابل (1,65) مليار دولار أمريكي، ويعتبر اليوتوب من الجيل الثاني أي من مواقع الويب (2.0)، وأصبح اليوتيوب عام (2006) شبكة التواصل الأولى حسب اختيار مجلة (تايم) الأمريكية.

(تقول في كتابها الأخير بعنوان: "*You Tube: Online Video and Participatory Culture*" الكاتبة "Jean. Burgess" إن هناك قصة تتحدث عن ثقافة المشاركة، وكيف أصبح العالم على ألنت على شكل مقطع فيديو). (Burges 22).

وحول تاريخ الموقع تقول موسوعة ويكيبيديا العالمية انه: "تأسس موقع يوتيوب عن طريق (تشاد هرلي، وستيف تشن، وجاود كريم)، وهم موظفون سابقون في شركة (PayPal). قبل ذلك درس هرلي التصميم في جامعة إنديانا بولاية (بنسيلفينيا)، بينما درس تشن وكريم علوم الحاسوب في جامعة (إيلينوي). أصبح النطاق (YouTube.com) نشطاً في (15) فبراير (2005)، ومن ثم تم العمل على تصميم الموقع لبضع أشهر. أفتتح الموقع كتجربة في مايو (2005)، وافتتح رسمياً بعد ستة أشهر".

(94 موقع إلكتروني).

وتذكر موسوعة (ويكيبيديا) أن أول فيديو وضع على اليوتيوب كان من (جاود كريم)، يحمل عنوان: (أنا في حديقة الحيوان "Me at the zoo") في (23) أبريل (2005)، وتستند موسوعة (ويكيبيديا) إلى موقع (Alexa) في إحصائية حول اليوتوب بأنه أصبح: "حالياً ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد ياهو وغوغل. في يوليو (2006) صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار ككل يصل إلى (100) مليون يومياً. في شهر يناير (2008) فقط (79) مليون مستخدم شاهد أكثر من (3) مليارات فيلم. في أغسطس 2006 ذكرت (الوول ستريت جورنال) بأن الموقع يستضيف (6.1) مليون فيلم بسعة (600) تيرابايت. في (2007) استهلك الموقع قدراً من حجم تدفق البيانات (bandwidth) مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الإنترنت في عام (2000). يتم رفع (13) ساعة تقريباً من الأفلام في كل دقيقة. في مارس (2008) قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يومياً". (94 موقع إلكتروني).

هناك قواعد ملزمة للنشر تعتمدها اليوتيوب، فهي لا تسمح بوضع المقاطع الفيلمية التي تشجع على الإرهاب والإجرام والأفلام الخلاعية، أو تلك التي تسئ إلى الديانات والمذاهب والشخصيات. ويستخدم اليوتيوب (51) لغة من لغات العالم وأهمها هي: (الإنجليزية، العربية، الروسية، الفرنسية، البولونية، الإيطالية، البرتغالية، الأسبانية، الألمانية، الهولندية، الكورية، الصينية، واليابانية). واليوتيوب مسموح به في كافة بلدان العالم، ما عدا بعض الدول التي أقدمت على حضر استخدامه وهي: (المغرب، تونس، اليمن، السعودية، الإمارات، سوريا، تركيا، إيران، باكستان، تايلاند، والبرازيل).

يشهد موقع اليوتيوب إقبالاً كبيراً من الشباب والمراهقين خصوصاً ومن الجنسين، ويعتبر موقع اليوتيوب موقعاً غير ربحياً لخلوه تقريباً من الإعلانات، إلا أن الشهرة التي وصل إليها الموقع تعد مكسباً كبيراً لهؤلاء الثلاثة الذين قاموا بإنشائه وتأسيسه، بحيث أصبح اليوتيوب أكبر مستضيف لأفلام الفيديو، إن كانت على الصعيد الشخصي أو شركات الإنتاج، وأصبح يتردد أسم اليوتيوب عندما تذكر أسماء الشركات التكنولوجية الكبرى الفاعلة على الصعيد العالمي، والتي تحتل موقعاً مهماً على شبكة الإنترنت.

(يتساءل: "Patrick. Vonderau" في كتابه "*The YouTube Reader*" ما هو اليوتيوب؟، ومن يستخدمه؟، وهل هناك صورة عن مستخدميه؟، ولماذا يستخدمونه؟). (Vonderau 37).

يقول الدكتور عمار بكار: "إن نجاح (يوتيوب) له سبب آخر أكثر أهمية، وهو أن الجمهور صار من سرعة الإيقاع وتشتيت الانتباه وتعدد المهام، بحيث صار للفيديو القصير قيمته الأساسية مقابل المادة التلفزيونية الطويلة، التي تستغرق نصف ساعة أو أكثر على شاشة التلفزيون. البرهان على أن قصر الفيديو هو أهم من مسألة المحتوى الشخصي، أن الإحصاءات تثبت بلا شك أن الفيديو القصير الذي تتوافر فيه الإنتاج الحرفي (بروفيشنال) له شعبية أكبر من الفيديو الشخصي بشكل عام".

(95 موقع إلكتروني).

ويرى الباحث بأن: "موقع اليوتيوب واسع الانتشار، لم يعد حكراً على مؤسسات إعلامية أو قنوات تليفزيونية فضائية، أو أشخاص مهتمين من الصحفيين وغيرهم، بل أصبح متاحاً لكل من يرغب بالحصول على موقع خاص به، ابتدءاً من كبار القادة والمسؤولين في العالم، إلى عامة الناس بمختلف فئاتهم العمرية وخصوصاً الشباب منهم، لما يقوم به هذا الموقع من خدمات مميزة خصوصاً دوره البارز في أحداث العالم الأخيرة.

لقد أصبح اليوتيوب جزء لا يتجزأ من اهتمامات الملايين من الناس على اختلاف أعمارهم وبمختلف اهتماماتهم، كما وأنه أضاف خدمة كبيرة وفاعلة لوسائل الإعلام والاتصال الجماهيري الحديثة".

❖ **المبحث الثالث**

دور وتأثير شبكات التواصل الاجتماعية (الفيس بوك) على جمهور المتلقين خصوصاً في الثورات العربية ، وكذلك في الثورات والانتفاضات في المنطقة العربية، وأهميتها في التأثير الاجتماعي.

دور شبكات التواصل الاجتماعي:

تلعب شبكات التواصل الاجتماعي أدواراً عديدة، أهمها سياسية واقتصادية واجتماعية في حياة الشعوب في كافة أنحاء العالم، وبات تأثيرها يتصدر أحداث الساعة: "نظراً لارتباط قطاع كبير من الأفراد بتلك الشبكات، وأصبح تأثير تلك الشبكات الاجتماعية على النواحي السياسية والاقتصادية والاجتماعية واضحاً مشيراً إلى أن الرئيس (أوباما) نجح في انتخابات الرئاسة الأخيرة من خلال القاعدة الكبيرة التي حصل عليها من خلال شبكات التواصل الاجتماعي". كما يقول المدير الإقليمي لمايكروسوفت محمد حمودي في تحقيق نشره موقع الراية القطرية. (97 موقع إلكتروني).

لقد أصبح بإمكان أي فرد أن ينشأ موقعه الخاص على شبكات التواصل الاجتماعي بسهولة ويسر والالتقاء بالأصدقاء القدامى وزملاء الدراسة، ويأتي هذا من إدراك الناس لأهمية هذه الشبكات، بصرف النظر عن كونها خاصة أو تابعة لمؤسسة أو شركة أو حتى دولة، لأن الهدف واحد من إنشاء هذه الشبكات، مع الأخذ بنظر الاعتبار الاستخدام السيئ لبعض الناس في هذه الشبكات.

يحسب لشبكات التواصل الاجتماعي إنها تتعامل مع المعلومة والخبر والحدث لحظة وقوعها، ويمكن تبادل هذه المعلومات بين الأصدقاء معززة بالصور ومقاطع الفيديو والتعليق والرد على بعضها، وهذا ما لم تتمكن منه وسائل الإعلام الحديثة، فإنها ولو قدمت الخبر تحت مسمى (عاجل أو مباشر)، فإنها تقوم فقط بدور المرسل من خلال وسيلتها الإعلامية كالفضائيات مثلاُ، ولم تتمكن من أن تجعل المشاهد يتفاعل معها في لحظة بثها لتلك الأحداث، إلا بعد فترة من الوقت عندما تكون تلك الأخبار قد نشرت على موقعها الإلكتروني، وبهذه الحالة يمكن لمتصفح تلك المواقع للقنوات الفضائية أن يرد أو يعلق على تلك الأخبار.

ويرى أحد المتخصصين في قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال محمد محسن اليهري: "إن الأحداث الأخيرة في كل من تونس ومصر أكدت الدور القوي لتلك الشبكات على الصعيد السياسي، كما أن الفترات الماضية الخاصة بالاحتجاجات الإيرانية على الانتخابات الماضية شهدت رفض الإدارة الأمريكية، لقيام مؤسسي تويتر عملية صيانة الموقع بهدف مساعدة معارضي الثورة، وبغض النظر عن الهدف من هدف الحكومة الأمريكية فان ذلك يظهر مدى أهمية شبكات التواصل الاجتماعية على الصعيد السياسي".(97 موقع إلكتروني).

لم يقتصر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على الأفراد أو المؤسسات بأشكالها المختلفة فقط، ولا استخدامها من قبل بعض المسئولين والسياسيين في دول عديدة في العالم فحسب، وإنما أصبحت الكثير من الجامعات والمعاهد العلمية في العالم أجمع تتواصل مع طلابها عبر الشبكات

الاجتماعية والمواقع الإلكترونية، ونتيجة لإقبال الناس على التسوق الإلكتروني، فقد زادت نسبة الإعلانات على المواقع الإلكترونية، مما حقق بالتالي ارتفاعاً خيالياً في أرباحها.

الفصل الخامس

استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية

أصبحت شبكة الإنترنت في الآونة الأخيرة وسيلة اتصال على درجة كبيرة من الأهمية، بحيث لا يمكن التخلي عنها بالنسبة للكثير من الأفراد، وانتشرت بشكل كبير بين فئات الجمهور المختلفة لأسباب متعددة، أهمها ما تتميز به من سمات تختلف عن غيرها من الوسائل تمكنها من تقديم خدمات كثيرة لمستخدميها، سواء باعتبارها وسيلة اتصال أو باعتبارها مصدرًا للحصول على المعلومات في مختلف المجالات السياسية، والعلمية، والاقتصادية، والصحية، والاجتماعية، إلى غير ذلك مما يهتم به الأفراد.

تعد الشبكة الدولية للمعلومات وسيلة اتصالية، استطاعت أن تُحدث انقلابًا في مفهوم التواصل الإنساني، سواء من حيث تنوع وسائله، أو من حيث اتساع نطاقه وسرعة إيقاعه، فمن خلال شبكة الإنترنت يمكن للفرد التواجد عن بعد أو ما يعرف بنقل الحضور (Transmission of Presence)، وذلك بفضل نظم التحكم الآلي.

(روبيرتس تيمونز وهايت ايمي، ص 171 ، 2004).

وبالانتقال إلى المشهد السياسي المصري، ومنذ قيام ثورة 25 يناير ساهمت التطورات المتلاحقة في شبكة الإنترنت في إيجاد شكل جديد من الإعلام عرف في الأوساط العلمية (بالإعلام الجديد New media أو الإعلام البديل Alternative media)، وتعددت تصنيفاته بين المنتديات الإلكترونية والمجموعات البريدية، وصحافة المدونات، أو البلوجرز، والشبكات الاجتماعية الافتراضية Virtual social Net works إلخ، وقد ساهم الإعلام في الآونة الأخيرة في جذب الأنظار إليه بعد تفجيره لعددمن القضايا التي أثارت الرأي العام، وأرغمت حكومات كثيرة على اتخاذ قرارات ضد رغبتها. (عبد القوي، محمود حمدي 2009)

وتبعًا لهذه التطورات غيرت شبكة الإنترنت من عادات مستخدميها من الشباب بسبب الانتشار الكبير لمواقع الشبكات الاجتماعية التي جعلتهم المتحكمين في طبيعة المحتويات التي ينشرونها ويتبادلونها مع الآخرين بدرجة عالية من الحرية والإبداع، بدلًا من الاستخدام القاصر على متابعة ما تقدمة شبكة الإنترنت من مضامين. (H.S. Bark ,pp36:42, 2002)

وتمشيًّا مع هذا الاتجاه فقد شهد المجتمع المصري تحولًا مستقبليًّا نتيجة الصراع بين الحكومات من ناحية، والحركات الشبابية الجديدة التي اتخذت من الشبكات الاجتماعية والمدونات منبرًا لها من ناحية أخرى، باتجاه يتبنى سياسات تجمع بين الدمج الحقيقي للشباب النشط في الهياكل الرسمية وتبنى استراتيجيات وأساليب أكثر اعتدالًا في التعامل مع الثقافة الجديدة للشباب التي بلورها استخدام الإنترنت.

فمواقع الشبكات الاجتماعية جاءت لتفتح أبوابها للجميع ليكتبوا أو يرسلوا ما يريدونه في ديمقراطية إعلامية، وبيئة اتصالية مفتوحة استطاعت أن تشكل في بعض الأحيان جماعات سياسية ضاغطة يسود فيها الرأي و الرأي الآخر، كما هو الحال في الصفحة التي أنشأتها فتاة مصرية على موقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك Facebook تدعو إلى إضراب 6 أبريل عام 2006، وشارك فيها 71 ألف شخص، وهو عدد من الصعب أن تستوعبه أية وسيلة إعلامية أخرى. (جلال حسن، أشرف2009)

فمن الناحية النظرية تعد المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية أداة في يد الشباب المصري للرقابة والمشاركة والتأثير، فالناخب لديه القدرة على أن يشارك، ويمنح صوته، أو يمنعه عن المرشحين وفقًا لآدائهم وكفاءتهم في التعبير عن مصالح المواطنين؛ وبالتالي فإن الوعي السياسي للشباب الجامعي ومشاركتهم في العملية الانتخابية يكشف عن الإقبال، أو عدم الإقبال على صناديق الانتخاب، ومدى إدراكه لأهميتها، وعزوفه عن المشاركة أو عدم المشاركة فيها.(عبد الحميد أحمد، محمد، ص134، 2009).

فقبل أحداث 25 يناير كان الشباب المصري يعاني من السلبية السياسية، وعزوف الكثير منهم عن الذهاب إلى صناديق الانتخاب والإدلاء بأصواتهم نتيجة فقدان الثقة في قيمة مشاركتهم في العملية الانتخابية نتيجة لتزويرها.

ويُعَد الشباب أيضًا في مقدمة الفئات الاجتماعية التي ينتشر بينها استخدام الإنترنت بصفة عامة ومواقع الشبكات الاجتماعية بصفة خاصة.

تتنوع تلك الاستخدامات وتتعد أماكنها، كما أن الاستخدام نتج عنه وصاحبه بعض أنماط السلوك الاجتماعي لدى تلك الفئة العمرية من الجماهير، وإن كانت الاتجاهات السياسية لدى الشباب يصعب تغييرها؛ لأنها تحمل شحنة انفعالية عالية مقترنة بالقدرة على التضحية من أجل حماية هذه الاتجاهات، وأن مواقع الشبكات الاجتماعية من بين وسائل الإعلام التي يمكن أن تسهم في زيادة الاتجاه السياسي لدى الشباب، ودفعهم للمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، بالإضافة إلى عوامل أخرى

كالإطار المرجعى للفرد والجماعات المرجعية، ودور رأى الأغلبية والخبراء.

وفي ضوء ذلك، أثار استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية عددًا من الإشكاليات الخاصة بطبيعة استخدام تلك المواقع، ولذلك تستند هذه الدراسة إلى مدخل الاستخدامات والإشباعات الذي يعد من أنسب المداخل للتعرف على طبيعة استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية للمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، ودوافع هذا الاستخدام والتأثيرات الناجمة عنه.

❖ أهمية الدراسة:

رصد الباحثان عددًا من النقاط تمثل كل منها أهمية للبحث منها:

1. أنها تناولت أحد الموضوعات الحديثة نسبيًّا في مجال الدراسات الإعلامية، حيث إنها تركز على دراسة استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية أثناء الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.
2. ارتباط مواقع الشبكات الاجتماعية بالأحداث والظواهر الكبرى في المجتمعات العربية، كالدعوة لحشد الجماهير للإضراب،أو التظاهر نتيجة سرعة تكوين المجموعات، وتشكيل قوة الضغط على صانعي القرار.
3. اهتمام الدراسة بالشباب الجامعي المصري باعتبارهم العنصر الأهم في تطوير المجتمع، ولا يمكن أن تتحقق أية تنمية من دون مساهمة
4. جادة من قبل الشباب وتطوير دوره وأدائه في المجتمع.
5. أن المجال لا يزال بكرًا للعديد من الدراسات التي يمكن أن تثري الرصيد العلمي، وخاصة فيما يختص بالدراسات الإعلامية في الإعلام الجديد بالعالم العربي.

6. استخدام الدراسة الحالية لمدخل الاستخدامات والإشباعات الذي ينظر إلى أفراد المجتمع باعتبارهم عناصر إيجابية في التعرض لوسائل الإعلام، بالإضافة إلى قدراتهم على الاختيار والسيطرة للمضمون المقدم في مواقع الشبكات الاجتماعية.

7. تحديد دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية من قبل الشباب الجامعي المصري، وعلاقة هذا الاستخدام بعدد من المتغيرات كالنوع، والعمر، والمستوى التعليمي، ومدى الإشباع الذي تحققه تلك المواقع.

❖ أهداف الدراسة:

تسعي الدراسة الحالية للتعرف إلى ما يلي:

- السمات الديموجرافية للشباب الجامعي المستخدم لمواقع الشبكات الاجتماعية من حيث: (النوع، الجامعة، محل الإقامة).
- معدل استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت.
- دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية، وموقع الدوافع السياسية بين باقى الدوافع الأخرى، سواء أكانت اجتماعية أم نفسية.

- **حجم استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية للمتابعة والمشاركة في الانتخابات المصرية الرئاسية 2014.**
- **أشكال المشاركة الإلكترونية للشباب الجامعي في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 من خلال استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، مثل: (إبداء الرأي، التعليق، بث مقاطع فيديو لمرشحي الرئاسة، مناقشة البرنامج الانتخابي لكل مرشح، الحشد ضد بعض أفراد أو مرشحي الرئاسة).**
- **رصد أهم الأنشطة التي يمارسها الشباب الجامعي على مواقع الشبكات الاجتماعية.**
- **أهم الموضوعات التي يحرص الشباب الجامعي على مناقشتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية.**
- **مدى تأثير استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 على استخدام وسائل الإعلام الأخرى.**
- **أكثر مواقع التواصل الاجتماعي استخدامًا بين الشباب لعرض الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.**
- **الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية أثناء الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.**

- **تقييم الشباب لدور الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية في أثناء الانتخابات.**
- **مقترحات الشباب الجامعي لتوظيف شبكة الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل جديد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي، ونشر الوعي بينهم؛ بما يدفع الشباب نحو المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.**

مقارنة نتائج هذه الدراسة بنتائج الدراسات السابقة للخروج بمؤشرات تنظيرية جديدة في ميدان الدراسات التي تهتم ببحث أسباب استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ودوافع هذا الاستخدام.

❖ مشكلة الدراسة:

يشهد المجتمع المصري منذ اندلاع ثورة 25 يناير ظروفًا خاصة فرضت ضرورة المشاركة الشبابية في أمور مجتمعهم، فقيمة كل شخص في مجتمعه تتحدد من خلال احترامه لرأيه وإسهامه في تيسير أمور مجتمعه، وهو ما يستوجب تدعيم تلك المشاركة من خلال تنمية الوعي السياسي لدى الشباب عن طريق تنمية معارفهم حول قضايا مجتمعهم، وإدراكهم لحقوقهم السياسية وواجباتهم، وبما أن الجامعة تعد من أهم المؤسسات التي تسهم في تكوين التنشئة السياسية والاجتماعية، فهي لها دور كبير في إعداد هؤلاء الشباب وتنمية شخصياتهم، والارتقاء بمستوى قدراتهم وإمكانيتهم على المشاركة الاجتماعية والسياسية،

فالمشاركة السياسية هي الأساس الذي تقوم عليه الديمقراطية، بل إن تطور الديمقراطية يتوقف على إتاحة فرص المشاركة السياسية أمام فئات الشعب وطبقاته، وجعلها حقوقًا يتمتع بها كل إنسان في المجتمع، فكلما اتسعت فرص المشاركة السياسية تقلصت فرص استغلال السلطة والشعور بالاغتراب لدى الشباب، وتصاعدت قيم المساواة والحرية لدى أفراد المجتمع؛ وهذا بدوره يؤديإلى الاستقرار العام في المجتمع، ونظراً لأهمية مواقع الشبكات الاجتماعية في جذب الشباب المصري لها، وقدرتها في التأثير عليهم لمعرفة دوافع التواصل مع الأحداث السياسية عن باقي الدوافع، ومدى ثقتهم في مضمون مواقع الشبكات الاجتماعية وتقييمهم

لدور الشبكات الاجتماعية في هذه الفترة، ومدى استجابتهم للمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية، ومعرفة أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها من خلالها.

وفي ضوء ذلك يمكن بلورة وتحديد المشكلة البحثية في التساؤل الرئيسي التالي: "ما استخدامات الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت وعلاقتها بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014؟".

❖ **تساؤلات الدراسة:**

تسعي الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

- **ما حجم استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية للمتابعة والمشاركة السياسية في الانتخابات المصرية الرئاسية 2014؟**
- **ما أبرز مواقع الشبكات الاجتماعية التي يحرص الشباب الجامعي على استخدامها؟**
- **ما أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية؟**
- **ما دوافع تعرض الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت؟**
- **ما الأنشطة التي يقوم بها الشباب الجامعي في مواقع الشبكات الاجتماعية؟**
- **ما مدى تأثير استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية في أثناء الانتخابات الرئاسية المصرية 2014؟**
- **ما الإشباعات الناتجة عن استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية؟**

- ما التصور المقترح لتوظيف الشبكات الاجتماعية والإنترنت بشكل جيد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي، ونشر الوعي بينهم؛ بما يدفع الشباب نحو المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014؟

❖ **فروض الدراسة:**

تسعى الدراسة إلى اختبار الفروض التالية:

الفرض الأول: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب الجامعي المصري "النوع، الجامعة"، ودوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، تسلية وترفيه، الاختيار والتحكم، المشاركة السياسية، مدى ملائمة الوسيلة".

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب الجامعي المصري " النوع، الجامعة "، والإشباعات المتحققة من استخدم الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية.

الفرض الثالث: توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، التسلية والترفية، الاختيار والتحكم، المشاركة

في الحياه السياسية" والمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.

الفرض الرابع: توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية، والإشباعات المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع.

❖ الإطار النظري:

<u>نظرية الاستخدامات والإشباعات:</u>

ترجع بداية الاهتمام بدراسة الإشباعات المتحققة للجمهور من استخدام وسائل الإعلام إلى الأربعينيات، ومن هذه الدراسات: دراسة (هرتزوج Herzog) 1942 حول الإشباعات المتحققة من الاستماع إلى المسلسلات الصباحية، ودراسة بيرلسون (Berelson1949) حول وظائف قراءة الصحف (HeshamMesbah,p12,1991).

وقد استطاع (إلياهو كاتز Katz) 1959 أن يطور مدخل الاستخدامات والإشباعات من خلال تحويل مسار أهداف بحوث الإعلام من معرفة التأثيرات الإقناعية لوسائل الإعلام إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام، وجاء أول تطبيق عملي لمدخل الاستخدامات والإشباعات في الدراسات الإعلامية على يد (ريموند باير Raymond Bauer) في الستينيات،

وذلك في مقالته العلمية المنشورة عام 1964 في مجلة (The American Psychologist) بعنوان الجمهور العنيد (The Obstinate Audience)، وكانت فكرته الجديدة- آنذاك- تتمثل في أن جماهير وسائل الإعلام نشيطة ومتوجهة نحو الهدف في سلوكهم لاستخدام وسائل الإعلام، وعارض (باير Bauer) بذلك مفهوم التأثيرات المباشرة المقبولة- آنذاك- وعرض لفكرة أن الناس تستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية، ومحتواها لإشباع رغبات معينة لديهم.

(Werner J. Severin and James W. Tankard, pp260:270, 1992)

مع بداية هذه المرحلة الزمنية في تاريخ مدخل الاستخدامات والإشباعات وتطوره قدم الباحثون إسهامات أكاديمية متنوعة أضافت لدراسات الاستخدامات والإشباعات تراكمات علمية أسهمت في خصوصيتها وثرائها، ويرى البحث أنه يمكن رصد الملامح العامة لتطور دراسات الاستخدامات والإشباعات كما يلي:

المرحلة الوصفية: هذه المرحلة بدأت في الأربعينيات من القرن العشرين، وامتدت خلال الأربعينيات والخمسينات، واهتمت بتقديم وصف لاتجاهات الجماعات المختلفة لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق بانتقاء مضمون محدد يتعرضون له، وكان من أشهر دراسات هذه المرحلة دراسة (هيرتزوج) عام 1942.

المرحلة الاستكشافية: وامتدت هذه المرحلة خلال عقدي الخمسينيات والستينيات من القرن العشرين، وهى مرحلة ذات توجه ميداني؛ حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية التي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدامات وسائل الإعلام، ومن أشهر دراسات هذه المرحلة دراسات (إلياهو كاتز) 1959، ودراسات (بيرلسون) 1959، ودراسات (ريموند باير) 1964.

المرحلة التفسيرية: وهى مرحلة النضج، وكان التركيز فيها على الإشباعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال، وتميزت دراسات هذه المرحلة بإعداد قوائم عن الإشباعات المتحققة من العملية الاتصالية، وقد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي، وحتى الآن، ومن أشهر دراسات هذه المرحلة دراسات (ماك كومبوس) 1977، ودراسات كلٍّ من: (Joseph Conway & Alan Robin)(Joseph Conway and Alan Rubin. P443:463 1991).

ماهية الاستخدامات والإشباعات:

يعرف مدخل الاستخدامات والإشباعات بأنه مدخل يوضح ويفسر- إلى حد كبير - الدور الحقيقي للجمهور في العملية الاتصالية، وذلك من خلال النظرة إليه على أنه جمهور نشط، ويتمثل نشاطه قبل وبعد وأثناء التعرض؛ حيث يختار الجمهور- قبل التعرض- المحتوى الذي يفي بحاجاته، ويحقق له إشباعات معينة، وأثناء التعرض فإن الجمهور يهتم برسائل معينة ويدركها، ويميز بين ما هو مهم وما هو أقل أهمية، وبعد التعرض فإن الجمهور ينتقي استرجاع المعلومات التي تعرض له، وبمعنى آخر فإن الجمهور له غاية محددة من تعرضه لوسائل الإعلام، ويسعى إلى تحقيق هذه الغاية من خلال التعرض الاختياري الذى تمليه عليه حاجاته ورغباته (سعود البشر، محمود، ص47، 1997)

الأسس التي تقوم عليها النظرية:

يتمثل الفرض الرئيسي لمدخل الاستخدامات والإشباعات في أن الجمهور نشط، وأن استخدامه لوسائل الاتصال استخدام موجه لإشباع احتياجاته، وأنه يختار الوسيلة التي تشبع هذه الاحتياجات، ويختار- من بين أنواع المضامين المقدمة في الوسيلة الإعلامية- المضمون الذى يناسبه، ويتوقف هذا الاختيار على بعض المتغيرات الديموجرافية.

(Katz, Blumler and Gurevitch,p21:22,1974)

أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

1. **معرفة كيفية استخدام الجمهور لوسائل الإعلام بافتراض أنه جمهور نشط، واعٍ، يختار الوسيلة التي تشبع احتياجاته.**
2. **معرفة وفهم الدوافع المراد إشباعها بالتعرض للوسائل الإعلامية، وعبر وسائل الاتصال الأخرى.**
3. **الحصول على نتائج تساعد على فهم عملية الاتصال.**

(مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين، ص 242، 1998).

عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

1- **الجمهور النشط: Active Audience: ويقصد به أن أفراد الجمهور لديهم نشاط وإيجابية في استقبال الرسالة وليسوا مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الإعلام، وأصبحوا يتعرضون لهذه الوسائل بما يشبع احتياجاتهم ورغباتهم من وسائل الإعلام**

Denis Mcqual et.al,p222,1988.

2- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدامات وسائل الإعلام.

3- حاجات ودوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام: وتنقسم إلى قسمين:

أولًا: دوافع نفعية (Instrumental Motive): وهى تستهدف التعرف إلى الذات، واكتساب المعارف والمعلومات والخبرات، وجميع أشكال التعلم بوجه عام، وتعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

ثانيًا: دوافع طقوسية (Ritualized Motive): وهى تستهدف إضاعة الوقت، والاسترخاء، والصداقة، والألفة مع الوسيلة، والهروب من المشكلات، وتنعكس هذه الفئة في البرامج الترفيهية، مثل المسلسلات، والأفلام، والمنوعات، وبرامج الترفيه المختلفة

(مكاوي، حسن عماد والسيد، ليلي حسين، ص 247، 1998).

1- التوقعات من وسائل الإعلام.

2- التعرض لوسائل الإعلام.

3- إشباعات وسائل الإعلام، وتنقسم إلى:

4- أولاً: إشباعات المحتوى، وتحتوي على نوعين من الإشباعات:

- **إشباعات توجيهية (Orientational Gratifications): وتتمثل في الحصول على معلومات، وتأكيد الذات ومراقبة البيئة، وهى إشباعات ترتبط بكثرة التعرض والاهتمام بالوسائل والاعتماد عليها.**
- **إشباعات اجتماعية (Social Gratifications): ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية؛ حيث يستخدم أفراد الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق نوع من الاتصال بينهم وبين أصدقائهم وأسرهم، من خلال تحقيق إشباعات مثل إيجاد موضوعات للحديث مع الآخرين، والقدرة على إدارة النقاش والتمكن المعرفي، والقدرة على فهم الواقع، والتعامل مع المشكلات.**

ثانيا: إشباعات عملية الاتصال (Process Gratifications):

وتنقسم هي الأخرى إلى نوعين:

- **إشباعات شبه توجيهية (Para Orientational): وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر والدفاع عن الذات، وتنعكس في مواضيع التسلية والترفيه والإثارة.**

- إشباعات شبه اجتماعية (Para Social): وتتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الإعلام، وتزداد هذه الإشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية، وزيادة إحساسه بالعزلة، مثل تحرير الخيال، واستثارة العواطف، والتخلص من الشعور بالملل والضيق، والتخلص من الشعور بالوحدة والعزلة، والتوحد أو الاندماج مع الشخصيات.
- من خلال العرض السابق: يعد مدخل الاستخدامات والإشباعات من أنسب المداخل للدراسة الحالية؛ حيث يقوم الشباب الجامعي بدور إيجابي في

اختيار الوسائل التي تشبع احتياجاته المتعددة، سواء كانت معرفية، أو وجدانية، أو اجتماعية، أو سياسية، ويعرض عن الوسائل التي لا تحقق له أى إشباع؛ لذا تحاول الدراسة اختبار مدى تلبية مواقع الشبكات الاجتماعية- محل الدراسة- لاحتياجات الشباب الجامعي المصري، من خلال استخدامه لتلك الشبكات؛ ما يتيح قدرًا من التنوع في دوافع متابعة الشباب لهذه الشبكات والإشباعات المتحققة منها؛ بما يلبي رغباتهم واحتياجاتهم المختلفة.

كما أن اعتماد مواقع الشبكات الاجتماعية على المشاهدة في مطالعتها يتطلب انتباهًا وتركيزًا كبيرين من قبل الجمهور؛ ما يدل على نشاط المتابع وإيجابيته في التعرض؛ ما يحقق عنصرًا مهمًّا وفرضًا أساسيًّا من فروض مدخل الاستخدامات والإشباعات وهو افتراض الجمهور النشط.

ويؤكد كل ما سبق أنه ليس هناك أيٌّ إطار نظري يعد أفضل- لتطبيقه في الدراسة الحالية- من هذا المدخل لإثراء هذه الدراسة، وتحقيق أهدافها.

❖ مراجعة الدراسات السابقة:

قام الباحثان باستعراض للدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة من خلال التعرض للدراسات التي تناولت مواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالشباب، بالإضافة إلى الدراسات التي تناولت

المشاركة السياسية، ومواقع الشبكات الاجتماعية والإنترنت وعلاقتهم بالشباب، ثم الدراسات التي تناولت كيفية توظيف الاستخدامات والإشباعات وعلاقتها بالإنترنت، ومواقع الشبكات الاجتماعية والشباب، وذلك على النحو التالي:

من الدراسات التي اهتمت بمواقع الشبكات الاجتماعية وعلاقتها بالشباب دراسة (عبد السلام، نجوي 1998)، التي سعت للتعرف إلى استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت، وقد توصلت الدراسة إلى أن الشباب المصري يستخدم شبكة الإنترنت للحصول على المعلومات السياسية بنسبة 18%، كما أكد 81.2% من أفراد العينة أن عملية الحصول على المعلومات السياسية من شبكة الإنترنت تتسم بالسهولة بينما اعتبرها 15% منهم عملية صعبة، وأكدت النتيجة نفسها أيضًا دراسة (جنيد، حنان 2003)

التي سعت للتعرف إلى توصيف العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال التفاعلى من خلال الإنترنت بدرجة الوعي السياسي بين طلاب الجامعة، وكشفت النتائج أن الشعور بالمتعة وتجديد النشاط والتخلص من الملل من أهم دوافع استخدام الإنترنت، وأضافت دراسة (Shelley,Boulianne2007) إمكانية تنشيط الحياة المعرفية للشباب من خلال الإنترنت، وخصوصًا المعلومات السياسية، وانتهت الدراسة إلى أن شبكة الإنترنت تستطيع أن تزيد من كم المعلومات السياسية لدى الشباب، وأكدت النتيجة ذاتها دراسة (حبيب، محمد رضا 2007) التي سعت إلى معرفة المواد المفضلة لدى الشباب المصري خلال الدخول إلى عالم الإنترنت، وأظهرت النتائج أن 62% من الشباب المصري عينة الدراسة يزودهم الإنترنت بالمعلومات السياسية.

ومن الدراسات التي تناولت المشاركة السياسية ومواقع الشبكات الاجتماعية والإنترنت وعلاقتهم بالشباب دراسة (عبد القوي، محمود حمدي 2009)، وسعت الدراسة للتعرف إلى دور الشبكات الاجتماعية الافتراضية في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب وتشكيل اتجاهات الشباب نحو المشاركة السياسية، وخلصت الدراسة إلى أن نسبة 93.43% من الشباب عينة الدراسة يستخدمون الإنترنت، وأن موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) حصل على 96% من عينة الدراسة من الشباب في نشر المعرفة السياسية لديهم،

وتشجيعهم على المشاركة في الحياة السياسية، وأكدت النتيجة نفسها أيضًا دراسة (Hayes R., 2009) حيث حاولت الكشف عن دور استخدامات مواقع الشبكات الاجتماعية في زيادة المشاركة السياسية لدى الشباب الأمريكي، وكشفت النتائج عن زيادة مشاركة الشباب في الموضوعات والقضايا الخاصة بالانتخابات في مواقع الشبكات الاجتماعية، بالإضافة إلى أن مواقع الشبكات الاجتماعية أدت إلى زيادة المعلومات السياسية لدى الشباب، فبداية معرفة الشباب الأمريكي بأوباما مرشح الرئاسة الأمريكية في 2008 قد بدأت من خلال مشاهدة مقطع فيديو له في (اليوتيوب)، وهي ذاتها النتيجة التي أظهرتها دراسة (Sara,Warren 2009) التي انتهت إلى أن من يستخدمون (الفيس بوك) لديهم تحديد أفضل للمرشحين بسبب تبادلهم للأخبار السياسية عبر هذا الموقع الاجتماعي مع الأصدقاء، وهو ما عبرت عنه دراسة(Baumjartner and Morris 2010) التي أشارت إلى أن الشبكات الاجتماعية مثلت مصدرًا رئيسيًّا للأخبار حول المرشحين، وشكلت أساسًا جديدًا للممارسة الديمقراطية على شبكة الإنترنت.

وقد أضافت دراسة (Boroughs, 2010) أن هناك علاقة دالة إحصائيًّا بين التعرض للمحتويات السياسية في مواقع الشبكات الاجتماعية، واحتمالية التصويت في الانتخابات، كما أكدت دراسة (,2010 Budak) أن موقعي التواصل الاجتماعي (الفيس بوك، وتويتر) كان لهما دور مهم في انتخابات الرئاسة الأمريكية لعام 2007 على الشباب.

ومن الدراسات التي تناولت نظرية الاستخدامات والإشباعات باعتبارها إطارًا نظريًا دراسة (Raake,Jhon,and Bonds,J 2008) التي سعت إلى معرفة كيفية استخدام طلاب الجامعة لموقعي (الفيس بوك وماي سبيس) والإشباعات المتحققة منهما، وخلصت الدراسة إلى أن أكثر الإشباعات التي تنتج عن استخدام هذه الشبكات هي التفاعل الاجتماعي والتواصل مع الأصدقاء، وهو ما يتفق مع دراسة (Cozma, and Ancu 2009) التي انتهت إلى أنه من الدوافع الرئيسية للدخول على الصفحات الشخصية للمرشحين في موقع (ماي سبيس) التفاعل الاجتماعي والتواصل مع الآخرين.

ومن الدراسات التي سعت إلى تفسير استخدام الشباب لموقعي (الفيس بوك وماي اسبيس) في إطار مدخل الاستخدامات والإشباعات دراسة (Uriste,et al 2009) التي خلصت إلى أن الشباب يستخدم موقعي (الفيس بوك وماي اسبيس) بدافع التواصل مع الأحداث الاجتماعية في حياة الأصدقاء بسهولة ويسر.

❖ التعليق على الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها:

انحصر اهتمام الدراسات السابقة- وبخاصة العربية منها- على

دراسة شبكات التواصل الاجتماعي ودورها في إمداد الشباب بالمعلومات السياسية، والمشاركات الاجتماعية، والمشاركة في الاحتجاجات والثورات، في حين لم تتطرق أية دراسة سابقة- في حدود علم الباحثيْنِ- إلى دور شبكات التواصل الاجتماعي في الانتخابات الرئاسية المصرية.

ساعدت الدراسات السابقة الباحثيْنِ على صياغة المشكلة البحثية، وتحديد الأداة البحثية المناسبة وكيفية بنائها؛ بما يحقق أهداف الدراسة، ويجيب على تساؤلاتها، وأيضًا في وضع استمارة الاستبيان، بالإضافة إلى الوقوف على النقاط التي لم تتناولها الدراسات السابقة.

المفاهيم المستخدمة في الدراسة:

الاستخدامات: هي اتجاه نحو المتابعة والتعليق والتفاعل والمشاركة مع محتوى المادة الموجود بمواقع الشبكات الاجتماعية، وذلك نتيجة لتأثرهم بها، وهو اتجاه يجذب انتباههم؛ لينقلهم إلى الاهتمام بما يقدم بها ثم يتحول ذلك الاهتمام إلى إدراك لتلك المادة.

مواقع الشبكات الاجتماعية: شبكات اجتماعية تفاعلية تتيح التواصل لمستخدميها في أي وقت، ومن أي مكان، وقد ظهرت على شبكة الإنترنت منذ سنوات قليلة وغيرت في مفهوم التواصل والتقارب بين الشعوب، واكتسبت اسمها الاجتماعي من كونها تفرز العلاقات بين أبناء المجتمع الإنساني، وتعدت في الآونة الأخيرة وظيفتها الاجتماعية لتصبح وسيلة تعبيرية احتجاجية على نظم الحكم المستبدة، وأصبحت بمثابة سلاحًا للقيام بالثورات وكافة الأنشطة السياسية، وأبرز تلك المواقع الاجتماعية: (الفيس بوك، تويتر، يوتيوب).

المشاركة السياسية: هي الممارسة الفعلية للشباب في عملية اختيار حكامهم، وممثليهم على المستوى القومي، وفي المجالس المحلية، ومجالس الشعب، والأحزاب السياسية، والاتحادات الطلابية، أي الدور الذي يلعبه الشباب على المستوى القومي والمحلي.

الانتخابات الرئاسية المصرية: هى ترشُّح عدد ممن تنطبق عليهم شروط الترشح للرئاسة المصرية التي حددها الدستور، ويتم اختياره من قبل الشعب عن طريق الاقتراع السري المباشر .

❖ **الإجراءات المنهجية للدراسة:**

منهج ونوع الدراسة: تنتمي الدراسة الحالية إلى الدراسات الوصفية، حيث يسعي الباحثان إلى تجاوز وصف المحتوى الظاهر إلى الكشف عن المعاني الكامنة والضمنية؛ لاستخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية، وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، وذلك من خلال التحليل الكيفي الذي يمكِّن من صياغة ذلك التفسير في رموز لفظية في مرحلة لاحقة للنتائج الكمية.

مجتمع الدراسة: تتكون عينة الدراسة "حجم العينة" من (400) مفردة من الشباب الجامعي المصري مقسمة بالتساوي بين الذكور والإناث: (200) من ذكور و(200) من الإناث، أي بنسبة 50% لكل منهما، وذلك بالنسبة لمتغير النوع فقط ممن يستخدمون ويتابعون مواقع الشبكات الاجتماعية على شبكة الإنترنت، ويتم تقسيم

المفردات على أربع جامعات مصرية من حيث نمط التعليم لضمان المزيد من التمثيل الأفضل للشباب الجامعي بمختلف اتجاهاتهم؛ ولتحقيق أكبر قدر من الحيادية والموضوعية، وهي موزعة كالتالي:

(100) مفردة جامعة القاهرة: تمثل الحضر ، (100) مفردة جامعة الازهر: تمثل التعليم ذا الطابع الديني، (100) مفردة جامعة 6 أكتوبر: تمثل التعليم الخاص، (100) مفردة جامعة طنطا: تمثل المحافظات الريفية.

مبررات اختيار الشباب الجامعي المصري كعينة للدراسة الميدانية الحالية:

1. **أن شريحة الشباب الجامعي من كبرى شرائح المجتمع المصري وأكثرها تأثيراً فيه.**
2. **أن الشباب الجامعي هو قائد مسيرة التنمية مستقبلًا فهو أمل الأمة ومصدر قوتها.**

3. الشباب الجامعي المصري هو أكثر قدرة على النشاط والتفاعل والتحرك الإيجابي، والتأثير في كافة الأمور، وخاصة السياسية.

4. الشباب المصري أصبح حريصًا على الوقوف على مجريات الأحداث ومتابعة ما يجرى على الساحة العربية والعالمية من أحداث وتغيرات مختلفة.

5. اعتماد الشباب الجامعي على الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية باعتبارها بديلًا للمشاركة السياسية على أرض الواقع.

6. أن الشباب الجامعي المصري أكثر قدرة على التعامل مع التكنولوجيا الحديثة من الفضائيات ومواقع التواصل الاجتماعي التي تحتاج إلى قدرات خاصة في التفاعل مع أجهزه الكمبيوتر.

7. رغبة الشباب الجامعي في التواصل مع كل ما هو جديد، والتفاعل معه، وسعيه الدائم إلى خوض غمار التجربة دون تردد من أجل الوقوف على كل ما هو جديد وحديث.

8. أنه مجتمع له أهميته الخاصة بوصفه مجتمعًا إعلاميًّا، وهذه الفئة العمرية التي تبدأ من مرحلة التكوين إلى مرحلة النضوج تتميز بطابع الخصوصية التي تتمثل في تميز هذه الشريحة بوصفها أكثر الشرائح الاجتماعية استخدامًا لمواقع الشبكات الاجتماعية، كونهم من الشرائح العمرية الأكثر نشاطًا في شبكة الإنترنت

وإسهامًا في المضامين التي يتبادلونها مع زملائهم وأصدقائهم ومعارفهم في مختلف شئون الحياة، وخصوصا النواحى السياسية.

❖ حدود الدراسة:

تمثلت حدود الدراسة الحالية فيما يلي:

الحدود الموضوعية: حيث تقتصر الحدود الموضوعية للدراسة على الموضوعات والقضايا التي تعالجها الدراسة، وهي استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، وعلاقته بالمشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 على عينة من الشباب الجامعي فقط.

الحدود الزمنية: وتمثلت في الفترة 2014/6/1 إلى 2014/6/31. (المدي الزمني لتطبيق استمارة الاستبيان).

❖ أدوات جمع البيانات:

تم جمع بيانات الدراسة الحالية من خلال أداة الاستبيان.

والاستبيان- بوصفه أداة- يستخدم في جمع البيانات عن طريق استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية للحصول منهم على أفكار وآراء معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحثين في التقرير الذاتي للمبحوثين عن هذه البيانات.

- **إجراءات تطبيق الاستبيان:**

- **اختار الباحثان بالطريقة العشوائية غير المنتظمة من بين الشباب الجامعي في المجتمع الأصلي للعينة المطلوبة.**
- **وضع الباحثان في الاعتبار أن يكون تطبيق الاستبيان على عدد يزيد عن الأعداد المطلوبة بنسبة (10%) احتياطيًّا؛ لاحتمال وجود استمارات غير صحيحة فيمكن استبعادها.**
- **وزع الباحثان الاستبيانات، وأوضحا لهم تعليمات الإجابة على كل جزء من أجزائه.**
- **تم التطبيق في الفترة من 2014/6/1 وحتى 2014/6/31.**

❖ **المعاملات الإحصائية المستخدمة في الدراسة:**

بعد الانتهاء من جمع بيانات الدراسة الميدانية تم ترميز البيانات وإدخالها إلى الحاسب الآلي، ثم معالجتها وتحليلها واستخراج النتائج الإحصائية باستخدام برنامج "الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for " SPSS the Social Science)، وتم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

- **التكرارات البسيطة والنسب المئوية.**
- **المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.**

- معامل ارتباط بيرسون للعلاقة الخطية بين متغيرين.
- اختبار كا2 (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
- اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- تحليل التباين ذي البعد الواحد (One Analysis of Variance) المعروف اختصارًا باسم (ANOVA) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لأكثر من مجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio)
- الاختبارات البعدية (Post Hoc Tests) بطريقة أقل فرق معنوي (Least Significance Difference) والمعروف اختصارًا باسم (LSD) لمعرفة مصدر التباين، وإجراء المقارنات الثنائية بين
- المجموعات التي يثبت (ANOVA) وجود فروق دالة إحصائيًّا بينها.
- حساب التحليل العاملي والذي يقوم بتحليل المكونات الأساسية لعبارات المقياس ، والتدوير المتعامد للمحاور بطريقة فاريماكس Varimax وفقاً لمحك هنري كيزرKaiser Henry باستخدام برنامج Spss11.0.

❖ النتائج العامة للدراسة الميدانية:

1. توصيف عينة الدراسة الميدانية:

تم اختيار عينة الدراسة من اربعة جامعات مصرية هي جامعات : القاهرة ،طنطا ،الأزهر، 6أكتوبر حتى تكون عينة ممثلة للنظام التعليمي في مصر في مرحلة التعليم العالي بمختلف أنواعه .

جدول رقم (1)

توصيف عينة الدراسة الميدانية ن = 400

المتغيرات		%
النوع	ذكور	66
	إناث	34
الجامعة	القاهرة	25
	طنطا	25
	الأزهر	25
	6 أكتوبر	25

الإقامة	ريف	75
	حضر	25

تكشف بيانات الجدول السابق ما يلي:

من حيث النوع: نسبة 66% من أفراد العينة ذكور، ونسبة 34% منهم إناث، ومن حيث الجامعة: نسبة 25% من أفراد العينة بجامعة القاهرة، ونسبة 25% منهم بجامعة طنطا، ونسبة 25% منهم بجامعة الأزهر، ونسبة 25% منهم بجامعة 6 أكتوبر، ومن حيث الإقامة: نسبة 75% من أفراد العينة مقيمون بالريف، ونسبة 25% منهم مقيمون بالحضر.

مدى استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية:

استعان الباحثان بهذا التساؤل لمعرفة مدي استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية ومدي إقبالهم عليها كوسيلة اتصال جديدة تتيح لهم التواصل والتعارف ومبادلة الآراء ومعرفة الأخبار المختلفة .

يتضح لنا أن: نسبة 78.5% من أفراد العينة يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية، ونسبة 17.4% منهم يستخدمونها أحيانًا، ونسبة 4.1% منهم لا يستخدمونها، ويتضح وجود فروق في مدى استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001، ما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة من الشباب الجامعي الذين يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية.

2. ترتيب مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلًا لدى الشباب الجامعي:

استعان الباحثان بهذا التساؤل لمعرفة أي مواقع التواصل الاجتماعي يحظي باهتمام الشباب الجامعي وتفضيلهم له وأيهما قربا منهم وتأثيرا عليهم بما له من خصائص وسمات يفضلها الشباب .

يتضح لنا أن: أهم مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر تفضيلًا هي:

موقع فيس بوك (Face book) بمتوسط 2.9 في الترتيب الأول، يليه يويتيوب (you tube) بمتوسط 0.8 في الترتيب الثاني، ثم تويتر (Twitter) بمتوسط 0.7 في الترتيب الثالث، وهذا يؤكد بدوره أهمية موقع الفيس بوك في الأحداث الهامة في مصر، وعلى رأسها ثورة 25 يناير، وثورة 30 يونيو، وأخيراً الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 .

الأوقات التي يزيد فيها استخدام المواقع الشبكات الاجتماعية:

قصد الباحثان من وراء هذا التساؤل معرفة الأوقات التي يزيد فيها إقبال الشباب علي استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية وذلك لمعرفة أهمية متغير المشاركة السياسية والحصول علي المعلومات الخاصة بها من بين المتغيرات الأخرى .

يتضح أن: نسبة 36.6% من أفراد العينة لا يوجد لديهم وقت محدد يزيد فيه استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية، ونسبة 24.6% من أفراد العينة يزيد استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية في أوقات الأزمات وتصاعد الأحداث، ونسبة 15% منهم يستخدمونها في الإجازات والمناسبات، ونسبة 13.9% منهم يستخدمونها للتسلية وشغل أوقات الفراغ، ونسبة 8.8% من أفراد العينة يزيد استخدامهم عند الرغبة في الحصول على المعلومات السياسية، وأخيرا نسبة 1.1% من أفراد العينة يزيد استخدامهم أثناء الدراسة، ويتضح وجود فروق في الأوقات التي يزيد فيها استخدام الشباب عينة الدراسة لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001.

3. أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية:

استخدم الباحثان هذا التساؤل لمعرفة أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها والتحدث فيها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية وذلك لمعرفة موقع الموضوعات السياسية وأهميتها بين هذه الموضوعات والتي جاءت في ترتيب متقدم الترتيب الثاني بين أهم الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها .

يتضح لنا أن: أهم الموضوعات التي يفضل الشباب الجامعي مناقشتها عبر مواقع الشبكات الاجتماعية هي: الموضوعات الاجتماعية بمتوسط 6.7 في الترتيب الأول، ثم الموضوعات السياسية بمتوسط 6.6 في الترتيب الثاني، ثم الموضوعات العلمية بمتوسط 6.5 في الترتيب الثالث، وفي الترتيب الأخير جاءت الموضوعات الصحية بمتوسط 3.6 .

ومما سبق يتضح حصول الموضوعات السياسية على الترتيب الثاني من بين أهم الموضوعات التي يفضل الشباب الجامعي مناقشتها عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وهذا يدل على أن الشئون السياسية وما يتعلق بها أصبحت تحتل مكانة متقدمة في ترتيب أولويات اهتمام الشباب.

4. أسباب استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية:

جاء هذا التساؤل لاختبار فرضيات نظرية الاستخدامات والاشباعات من خلال وضع مجموعة من العبارات توضح لماذا يستخدم الشباب الجامعي مواقع الشبكات الاجتماعية ،وجاءت استخداماتها للمشاركة السياسية ومتابعة الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 في ترتيب متقدم من بين الاستخدامات المختلفة ، وقد قام الباحثان بحساب التحليل العاملي وذلك بهدف التعرف على العوامل الدافعة لاستخدام مواقع الشبكات الاجتماعية .

جدول (2)

أسباب استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية ن=374.

قيم شيوع عبارات المقياس "الاشتراكيات" Communalities

المفردة	التشبع	المفردة	التشبع
1. استخدمها لمقابلة أشخاص جدد.	0.766	13. استخدمها لأنها تساعدني على تجنب الآخرين	0.741
2. أبحث عن مستخدمين يشاركوني نفس اهتماماتي.	0.807	14. استخدمها لأنها تساعدني على نسيان ضغوط الدراسة وغيرها من الهموم.	0.686
3. استخدمها لتبادل ومشاركة الأفكار مع مستخدمين آخرين.	0.622	15. استخدمها لأنها تتيح لي معرفة أشياء عني وعن الآخرين.	0.567

العبارة	**القيمة**	**العبارة**	**القيمة**
4. استخدمها لأنها تشعرني بالتواصل الاجتماعي.	**0.448**	**16. استخدمها للتعرف على كل ما هو جديد من أخبار وحقائق.**	**0.695**
5. استخدمها لأنها تسمح لي بتبادل مقاطع الفيديو والصور مع الأصدقاء.	**0.605**	**17. استخدمها لأن بها معلومات مختلفة عما تنشره الصحافة والتليفزيون.**	**0.769**

6. ستخدمها لأنها تساعدني على النقاش مع الآخرين بشأن القضايا المثارة والأحداث الخاصة بالانتخابات الرئاسية المصرية 2014.	0.635	18. استخدمها للتعرف على الأحداث السياسية الخاصة بالانتخابات الرئاسية.	0.665
7. استخدمها لأنها وسيلة سريعة الاستخدام.	0.616	19. استخدمها للتعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم حول الموضوعات الخاصة بالانتخابات الرئاسية.	0.697

العبارة	القيمة	العبارة	القيمة
8. استخدمها لأنها وسيلة سهلة الاستخدام.	0.675	20. استخدمها لمتابعة الأحداث والقضايا العربية والدولية.	0.683
9. استخدمها لأنها وسيلة تلائمني.	0.759	استخدمها لأنني استطيع اختيار ومتابعة الموضوعات السياسية.	0.610
10. استخدمها لسهولة الوصول إلي أي شخص.	0.688	استخدمها لأنها تتيح لي الاختيار من بين العديد من مرشحي الرئاسة.	0.686
11. استخدمها لأنني أستطيع بسهولة الوصول إلي أي محتوي.	0.730	استخدمها لأنني اتحكم في الوقت الذي أتابع فيه الموضوعات.	0.609

المفردة	التشبع	المفردة	التشبع
12. استخدمها لأنها تخلصني من الملل.	0.708	استخدمها لأنها تسمح لي بمناقشة الموضوعات والقضايا السياسية بحرية.	0.669

جدول (3)

تشبع أسباب استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية بالعامل العام قبل التدوير.

المفردة	التشبع	المفردة	التشبع
13. استخدمها لمقابلة أشخاص جدد.	0.591	14. استخدمها لأنها تساعدني على تجنب الآخرين.	0.347
15. أبحث عن مستخدمين يشاركوني نفس اهتماماتي.	0.470	16. استخدمها لأنها تساعدني على نسيان ضغوط الدراسة وغيرها من الهموم.	0.463

17. استخدمها لتبادل ومشاركة الأفكار مع مستخدمين آخرين.	0.349	18. استخدمها لأنها تتيح لي معرفة أشياء عني وعن الآخرين.	0.342
19. استخدمها لأنها تشعرني بالتواصل الاجتماعي.	0.559	20. استخدمها للتعرف على كل ما هو جديد من أخبار وحقائق.	0.478
21. استخدمها لأنها تسمح لي بتبادل مقاطع الفيديو والصور مع الأصدقاء.	0.417	22. استخدمها لأن بها معلومات مختلفة عما تنشره الصحافة والتليفزيون.	0.500

23. استخدمها لأنها تساعدني على النقاش مع الآخرين بشأن القضايا المثارة والأحداث الخاصة بالانتخابات الرئاسية المصرية 2014.	0.581	24. استخدمها للتعرف على الأحداث السياسية الخاصة بالانتخابات الرئاسية.	0.373
25. استخدمها لأنها وسيلة سريعة الاستخدام.	0.656	26. استخدمها للتعرف على آراء الآخرين وتعليقاتهم حول الموضوعات الخاصة بالانتخابات الرئاسية.	0.485

العبارة	القيمة	العبارة	القيمة
27. استخدمها لأنها وسيلة سهلة الاستخدام.	0.534	28. استخدمها لمتابعة الأحداث والقضايا العربية والدولية.	0.349
29. استخدمها لأنها وسيلة تلائمني.	0.410	30. استخدمها لأنني استطيع اختيار ومتابعة الموضوعات السياسية.	0.348
31. استخدمها لسهولة الوصول إلي أي شخص.	0.331	32. استخدمها لأنها تتيح لي الاختيار من بين العديد من مرشحي الرئاسة.	0.309
33. استخدمها لأنني أستطيع بسهولة الوصول إلي أي محتوي.	0.607	34. استخدمها لأنني اتحكم في الوقت الذي أتابع فيه الموضوعات.	0.367

35. استخدمها لأنها تخلصني من الملل.	0.428	36. استخدمها لأنها تسمح لي بمناقشة الموضوعات والقضايا السياسية بحرية.	0.377

جدول رقم (4)

تشبع المفردات على عوامل مقياس الإدراك والجزر الكامن ونسبة التباين لكل عامل .

العوامل / المفردات	1 .37	.38	3
1	0.387	.39	
2	0.316	.40	
3	0.575	.41	
4		0.434	
5			0.560

	.42	0.550	6
	.43	0.594	7
	.44	0.554	8
	.45	0.602	9
	.46	0.669	10
	.47	0.447	11
	.48	0.592	12
	.49	0.447	13
	.50	0.592	14
	.51	0.654	15
	.52	0.692	16
	.53	0.593	17
	.54	0.679	18
	.55	0.622	19
	.56	0.549	20
	.57	0.698	21
	0.582 .58		22

23	0.546	.59	
24	0.618	.60	
الجزر الكامن	7.847	2.439 .61	1.978
نسبة التباين	%32.697	%10.164 .62	%8.241

يتضح من الجداول الثلاثة السابقة والتي تقوم بتحليل دوافع أو أسباب استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية أن البحث عن مستخدمين يشاركوني نفس اهتماماتي جاء في الترتيب الأول بنسبة 0.807. وجاء في الترتيب الثاني استخدمها لأن بها معلومات مختلفة عما تنشره الصحافة والتليفزيون بنسبة 0.769. وجاء في الترتيب الثالث استخدمها لمقابلة أشخاص جدد بنسبة 0.766. بينما كان استخدمها لأنها تشعرني بالتواصل الاجتماعي اقل أسباب استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية حيث حصلت علي 0.448.

5. درجة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية للمتابعة والمشاركة الإلكترونية في أحداث الانتخابات لرئاسية المصرية 2014 مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى.

استعان الباحثان بهذا التساؤل للمقارنة بين استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية كوسيلة اتصال حديثة ووسائل الإعلام الأخرى ،وجاء استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية في مكانة متقدمة جدا مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى .

يتضح لنا أن: أن نسبة 19.5% من أفراد العينة يستخدمون مواقع الشبكات الاجتماعية بنسبة 100% للمتابعة والمشاركة الإلكترونية في أحداث الانتخابات الرئاسية المصرية 2014م مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، ونسبة 27.8% منهم استخدموا مواقع الشبكات الاجتماعية والمواقع الإخبارية بشكل متوازن، ونسبة 20.3% منهم استخدموا مواقع الشبكات الاجتماعية والإعلام التقليدي بشكل متقارب، ونسبة 14.2% منهم استخدموا مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل أكبر من الإعلام التقليدي، ونسبة 11.8% منهم استخدموا مواقع الشبكات الاجتماعية بشكل أقل من الإعلام التقليدي، ونسبة 6.4% منهم لم يستخدموا مواقع الشبكات الاجتماعية إطلاقًا.

ويتضح وجود فروق في درجة استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية للمتابعة والمشاركة الإلكترونية في أحداث الانتخابات الرئاسية المصرية 2014مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001، وهذه النتيجة تؤكد أهمية مواقع التواصل الاجتماعي ودورها المؤثر في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 لدى الشباب.

6. طبيعة المشاركة في أنشطة إلكترونية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي تتعلق بالانتخابات الرئاسية المصرية2014 .

جاء هذا التساؤل لتوضيح طبيعة مشاركة الشباب في أنشطة إلكترونية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي وكيف كانت طبيعة هذه المشاركة وشكلها فيما يتعلق بالانتخابات الرئاسية المصرية 2014 .

يتضح لنا أن: نسبة 72.7% من أفراد العينة قاموا بالتعليق على بعض الأنشطة في إحدى أو عدة صفحات متعلقة بالانتخابات، ونسبة 62.8% منهم قاموا بنشر أخبار تتعلق بالمرشحين، ونسبة 56.2% منهم قاموا بإنشاء صفحة معينة لمرشحي الرئاسة، وأخيراً نسبة 27.3% منهم قاموا بإنشاء صفحات أو مجموعات لنشر الأفكار والرؤى الخاصة بالمرشحين الثوريين للحصول على تأييد الرأي العام،

ويتضح وجود فروق في بعض مظاهر المشاركة في أنشطة إلكترونية ضمن شبكات التواصل الاجتماعي تتعلق بالانتخابات الرئاسية المصرية2014 حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001، ما عدا إنشاء صفحة معينة لمرشحي الرئاسة، الدخول إلى مجموعات النقاش لتكوين رأي مناصر لمرشحين بعينهم كان التكرار الفعلى مقاربًا للتكرار

المتوقع؛ ومن ثم كانت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى 0.05، وهذا يؤكد أن الشباب كانت مشاركتهم إيجابية بدرجة كبيرة في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 .

7. رأي الشباب الجامعي في متابعة شبكة الإنترنت للانتخابات الرئاسية المصرية 2014.

استعان الباحثان بهذا التساؤل لمعرفة رأي الشباب الجامعي في متابعة شبكة الانترنت للانتخابات الرئاسية المصرية 2014 من خلال وضع مجموعة من العبارات التي تقيس ذلك وجاءت نتائج هذا التساؤل في مجملها أن شبكة الانترنت تفوقت بشكلاً كبيرا في اطلاع الشباب علي كل ما يدور علي الساحة السياسية في مصر .

جدول رقم (5)

رأي الشباب الجامعي في متابعة شبكة الإنترنت للانتخابات الرئاسية المصرية 2014م

(ن=374)

العبارة	موافق		محايد		معارض		متوس	الاتجاه
		%	ك	%	ك	%		
1- تفوقت شبكة الإنترنت على ما عداها من وسائل الإعلام في دفع الشباب إلى المشاركة في الانتخابات.	208	55.6	105	28.1	61	16.3	2.39	موافق

2- ساهمت مواقع الشبكات الاجتماعية في تجميع الشباب وتحفيزهم للتصويت لمرشح بعينه.	148	39.6	161	43	65	17.4	2.22	محايد
3- تغلبت شبكة الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية على كل القيود التي حاولت النظم المصرية فرضها على الإعلام التقليدي.	241	64.4	121	32.4	12	3.2	2.61	موافق

4- تعتبر مواقع الشبكات الاجتماعية مادة أرشيفية لكل من يريد الحصول على معلومات عن الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.	233	62.3	121	32.4	20	5.3	2.57	موافق
5- أتاحت شبكة الإنترنت الفرصة لكل المهتمين بالشأن السياسي للتعبير عن وجهة نظرهم حول المرشحين عبر مواقعهم الاجتماعية الخاصة بهم.	277	74.1	73	19.5	24	6.4	2.68	موافق

6- قامت مواقع التواصل الاجتماعي بعرض الأفلام الخاصة بتفاصيل الأحداث التي لم تقم وسائل الإعلام التقليدية بعرضها عن كل مرشح.	225	60.2	129	34.5	20	5.3	2.55	موافق
7- الانتخابات في زمن مواقع الشبكات الاجتماعية جعلت من العالم شريكًا فيها.	245	65.5	100	26.7	29	7.8	2.58	موافق

8- كانت مواقع الشبكات الاجتماعية بمثابة الجهاز العصبي الرقمي الذي سمح للانتخابات الرئاسية بأن تدار إدارة لحظية تشاركية من قبل الجماهير الواسعة.	221	59.1	124	33.2	29	7.8	2.51	موافق

يتضح من الجدول السابق أن: أفراد العينة كانوا موافقين على متابعة شبكة الإنترنت للانتخابات الرئاسية المصرية 2014: أتاحت شبكة الإنترنت الفرصة لكل المهتمين بالشأن السياسي للتعبير عن وجهة نظرهم حول المرشحين عبر مواقعهم الاجتماعية الخاصة بهم" بمتوسط 2.68، تغلبت شبكة الإنترنت

ومواقع الشبكات الاجتماعية على كل القيود التي حاولت النظم المصرية فرضها على الإعلام التقليدي بمتوسط 2.61، الانتخابات في زمن مواقع الشبكات الاجتماعية جعلت من العالم شريكًا فيها بمتوسط 2.58، النتائج السابقة من وجهة نظر الشباب تؤكد أهمية دور مواقع التواصل الاجتماعي في المساهمة والمتابعة والمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.

وكان اتجاه الشباب الجامعي في متابعة شبكة الإنترنت للانتخابات الرئاسية المصرية 2014 يتسم في معظم عبارات المقياس بالموافقة .

8. المرشح الذي قمت بعمل دعاية أو ترويج لبرنامجه الانتخابي في الانتخابات الرئاسية المصرية:

جاء هذا التساؤل لمعرفة أي من المرشحين لمنصب الرئيس قام الشباب الجامعي المصري بعمل دعاية أو ترويج لبرنامجه الانتخابي أو تأيده علي صفحات مواقع الشبكات الاجتماعية وكان من الضروري وضع مثل هذا التساؤل نظرا لحدوث هذه الانتخابات الرئاسية بين اثنين من المرشحين فقط وإجرائها في مناخ ديمقراطي خالص .

يتضح لنا أن: نسبة 74.3% من أفراد العينة قاموا بعمل دعاية أو ترويج للبرنامج الانتخابي للسيد عبد الفتاح السيسي في الانتخابات الرئاسية المصرية، ونسبة 25.7% منهم قاموا بعمل دعاية أو ترويج للبرنامج الانتخابي للسيد حمدين صباحي في الانتخابات الرئاسية المصرية، ويتضح وجود فروق في المرشح الذي قمت بعمل دعاية أو ترويج لبرنامجه الانتخابي في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001، ما يعني ارتفاع عدد أفراد العينة الذين قاموا بعمل دعاية أو ترويج للبرنامج الانتخابي للسيد عبد الفتاح السيسي في الانتخابات الرئاسية المصرية.

9. الإشباعات المتحققة لدى الشباب من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية:

وضع هذا التساؤل لاختبار الشق الأخر من نظرية الاستخدامات والإشباعات وهو معرفة الإشباعات المختلفة المتحققة لدي الشباب الجامعي من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ،وجاءت الإشباعات السياسية المرتبطة بمتابعة العملية الانتخابية في مصر في مكانة متقدمة بين الإشباعات المختلفة التي تتحقق لدي الشباب الجامعي من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية .

جدول رقم (6)

الإشباعات المتحققة لدى الشباب من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية ن=374

العبارة	موافق		محايد		معارض		متوسط	الاتجاه
	ك	%	ك	%	ك	%		
1- شغل وقت الفراغ والتخلص من الملل.	262	70.1	64	17.1	48	12.8	2.57	موافق
2- الاسترخاء والراحة عند الشعور بالتعب.	230	61.5	108	28.9	36	9.6	2.52	موافق
3- التسلية والشعور بالسعادة.	254	67.9	84	2.5	36	9.6	2.58	موافق
4-نسيان المشاكل التي أتعرض لها.	206	55.1	104	27.8	64	17.1	2.38	موافق
5- تشعرني بالراحة النفسية والاطمئنان.	176	47.1	134	35.8	64	17.1	2.29	محايد
6-أشعر بالألفة والتواصل مع الشخصيات السياسية.	188	50.3	117	31.3	69	18.4	2.32	محايد

7- أناقش محتواها مع أسرتي.	256	68.4	72	19.3	46	12.3	2.56	موافق
8- المساعدة في التعامل مع الآخرين لمعرفة رأيهم في مرشحي الرئاسة.	232	62	96	25.7	46	12.3	2.49	موافق
9- التعرف على معلومات تفيدني في حياتي.	302	80.7	64	17.1	8	2.1	2.79	موافق
10- زيادة المعرفة بالأحداث الجارية في حياتي.	282	75.4	88	23.5	4	1.1	2.74	موافق
11- الوصول إلى كم هائل من المعلومات بأقصي سرعة.	314	84	56	15	4	1.1	2.83	موافق
12-زادت من معلوماتي خاصة السياسية.	269	71.9	89	23.8	16	4.3	2.68	موافق

13-زادت من قدرتي على تحليل البرنامج الخاص بكل مرشح.	197	52.7	133	35.6	44	11.8	2.41	موافق
14- إرضاء رغبتي في الحصول على معلومات عن مرشحي الرئاسة.	233	62.3	88	23.5	53	14.2	2.48	موافق
15- جعلتني أفهم ما يدور حولي من أحداث عن الانتخابات الرئاسية المصرية.	233	62.3	109	29.1	32	8.6	2.54	موافق
16-تزود معرفتي السياسية لأمتلك الحجة لمناقشة الآخرين.	233	62.3	101	27	40	10.7	2.52	موافق

17- توفر لي التفاعلية كفرصة لإبداء الرأي بحرية في الموضوعات والقضايا المثارة.	249	66.6	89	23.8	36	9.6	2.57	موافق
18- إرضاء رغبتي للمشاركة السياسية الإلكترونية في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.	197	53.2	100	27	73	19.7	2.34	موافق
19-تحقق التواصل بيني وبين أناس من ثقافات أخرى.	277	74.1	81	21.7	16	4.3	2.69	موافق
20-زيادة معرفتي بالقضايا السياسية الخاصة بالانتخابات والمرشحين.	261	69.8	85	22.7	28	7.5	2.62	موافق

يتضح من الجدول السابق أن: أفراد العينة يرون أن أهم الإشباعات المتحققة لديهم من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية في الجزء الأول منها يتعلق بتداول المعلومات، والتعرف إلى معلومات جديدة، والتواصل مع الآخرين، وفي الجزء الثاني منها يتعلق بالمعلومات السياسية والعملية الانتخابية

المصرية، والمرشحين والمشاركة في الانتخابات؛ وهذا يؤكد أهمية مواقع الشبكات الاجتماعية في إشباع احتياجات الشباب من الحاجة للمعلومات المتعلقة بالعملية الانتخابية والمعلومات السياسية.

وكان اتجاه الشباب الجامعي نحو الإشباعات المتحققة لديهم من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية يتسم في معظم عبارات المقياس بالموافقة .

10. مقترحات توظيف الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية بشكل جيد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي:

استعان الباحثان بهذا التساؤل للاستفادة من أراء الشباب الجامعي المختلفة في كيفية توظيف الانترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية بشكل جيد لجذب الشباب بشكل عام نحو العمل السياسي والمشاركة في الحياة السياسية بمختلف أنواعها وأشكالها ولكي يكونوا قوة مؤثرة في المجتمع المصري وأكدت نتائج هذا التساؤل من خلال أراء الشباب المختلفة أن الانترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية لها دورا كبيرا في دمج الشباب المصري في الحياة السياسية بمختلف أشكالها.

جدول رقم (7)

مقترحات توظيف الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية بشكل جيد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي:

مقترحات توظيف الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية بشكل جيد لاستقطاب الشباب نحو العمل السياسي	الإجمالي ن=374		الترتيب	كا2	الدلالة ح 1
	ك	%			
أن يهتم كل فرد بنشر المعلومات الواقعية والبعد عن نشر الشائعات	64	17.1	8	161.807	0.001
أعتقد أن الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بالفعل جعلت الباب مفتوحًا أمام الجميع للعمل السياسي	96	25.7	2	88.567	0.001
زيادة المصداقية بإظهار الدليل على المنشور	93	24.9	4	94.503	0.001

المحايدة وعدم التشبث برأي واحد ومطالبة كل الناس باتباعى	94	25.1	3	92.503	0.001
توضيح البرنامج الانتخابي لكل مرشح وتحليله جيدًا من قبل محللين سياسيين	92	24.6	5	96.524	0.001
توسيع دور الإنترنت للدعاية	94	25.1	3	92.503	0.001
منع المواقع الإباحية والأشياء الخارجة	36	9.6	10	245.861	0.001
أن تناقش مشاكل الشباب وتحاول إتاحة فرص عمل لهم	68	18.2	7	151.455	0.001

لابد أن نستخدم الإنترنت استخدامًا صحيحًا، وأن نعطي الشباب مساحة من الحرية للتعليق، وإبداء آرائهم، وأن يعبروا عمّا بداخلهم بمعنى أوضح الديمقراطية المزعومة	70	18.7	6	146.406	0.001
يجب الاهتمام به من قبل المرشحين وتسليط الضوء عليه أكثر من خلال عمل لجان تتبع المرشح لإقناع المشاركين في شبكات التواصل الاجتماعي بأسلوب علمي متحضر وامتصاص أي انفعال من قبل المعارضين وعدم الرد بما لا يليق	37	9.9	9	240.642	0.001
لا يوجد	189	50.5	1	0.043	0.836

يتضح من الجدول السابق أن: نسبة 50.5% من أفراد العينة ليس لديهم اقتراحات، ونسبة 25.7% منهم اقترحوا: أعتقد أن الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بالفعل جعلت الباب مفتوحًا أمام الجميع للعمل السياسي، ونسبة 25.1% منهم اقترحوا: المحايدة وعدم التشبث برأي واحد، ومطالبة كل الناس باتباعى، ونسبة 25.1% منهم اقترحوا: توسيع دور الإنترنت للدعاية، ويتضح وجود فروق في مقترحات توظيف الإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية بشكل جيد لاستقطاب الشباب للعمل السياسي؛ حيث كانت قيمة كا2 دالة عند مستوى 0.001، ما عدا (لا يوجد) كان التكرار الفعلى مقاربًا للتكرار المتوقع؛ ومن ثم كانت قيمة كا2 غير دالة عند مستوى 0.05.

❖ فروض الدراسة:

اختبرت الدراسة عددا من الفروض وكانت النتائج على النحو التالي:

الفرض الأول:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب الجامعي المصري: "النوع، الجامعة، التخصص، المستوى الاقتصادي والاجتماعي"، ودوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية: "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، تسلية وترفيه، الاختيار والتحكم، السياسة، مدى ملائمة الوسيلة".

(أ): الفروق بين الذكور والإناث في دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية:

جدول رقم (8)

الفروق بين الذكور والإناث في دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية:

المتغير / الجنس	ذكور(ن= 246)		إناث(ن=128)		ت	مستوى المعنوية د.ح372
	م	ع	م	ع		
المعرفة والتعلم	8.2	1.23	8	1.45	1.435	0.152 غير دالة
الاتصال والتفاعل الاجتماعي	13.2	1.77	13.3	1.69	-0.218	0.828 غير دالة
تسلية وترفيه	7.2	1.79	6.9	1.84	1.600	0.110 غير دالة

الاختيار والتحكم	7.3	1.67	7.2	1.26	0.787	0.432 غير دالة
السياسة	12.7	2.51	12.5	2.66	0.427	0.669 غير دالة
مدى ملاءمة الوسيلة	13.6	2.19	13.9	1.49	-1.577	0.116 غير دالة
دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية	62.1	8.75	61.7	7.17	0.498	0.619 غير دالة

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

(ب): الفروق بين الجامعات في دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية:

يتضح لنا أن: وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الجامعات في: (التسلية والترفية، الاختيار والتحكم، السياسة) دوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة (ف) دالة عند مستوى أقل من 0.05 ، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الجامعات في: (المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، مدى ملاءمة الوسيلة)، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05 . مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الأول.

الفرض الثاني:

توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الخصائص الديموجرافية للشباب الجامعي المصري: "النوع، الجامعة، التخصص، المستوى الاقتصادي والاجتماعي"، والإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية.

(أ): الفروق بين الذكور والإناث في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية:

جدول رقم (9)

الفروق بين الذكور والإناث في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية

المتغير	ذكور (ن=246)		إناث (ن=128)		ت	مستوى المعنوية د.ح372
	م	ع	م	ع		
الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية	**51.5**	**8.53**	**49.8**	**8.80**	**1.729**	**0.085 غير دالة**

يتضح من الجدول السابق: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطي درجات الذكور والإناث في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة (ت) غير دالة عند مستوى 0.05.

(ب): الفروق بين الجامعات في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية:

يتضح لنا أن: جاء أفراد العينة بجامعة القاهرة في الترتيب الأول بمتوسط 52.2 في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية، وجاءت جامعة طنطا في الترتيب الثاني بمتوسط 51.6، وجاءت جامعة 6 أكتوبر في الترتيب الثالث بمتوسط 50.2 ، وفي الترتيب الأخير جامعة الأزهر بمتوسط 49.8 في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية.

جدول رقم (10)

الفروق في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية باختلاف الجامعات

الفروق تبعًا إلى	البيان	مجموع الدرجات	د . ح	متوسط	ف	مستوى المعنوية
الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية	بين مجموعات	350.895	3	116.965	1.573	0.195 غير دالة
	داخل	27213.278	370	74.353		
	مجموع	27564.173	373			

من خلال الجدول السابق يتبين: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات درجات أفراد العينة باختلاف الفئات العمرية في الإشباعات المتحققة من استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت قيمة (ف) غير دالة عند مستوى 0.05 . مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الثاني.

الفرض الثالث:

توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين دوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع الشبكات الاجتماعية: "المعرفة والتعلم، الاتصال والتفاعل الاجتماعي، التسلية والترفية، الاختيار والتحكم، المشاركة في الحياة السياسية"، والمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.

يتضح لنا أن:

- وجود علاقة طردية متوسطة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودوافع السياسة، حيث كانت (0.3<ر<0.6) وهي دالة عند مستوى 0.01.
- وجود علاقة طردية متوسطة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودوافع الاختيار والتحكم، حيث كانت (0.3<ر<0.6) وهي دالة عند مستوى 0.01.

- **وجود علاقة طردية متوسطة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودوافع استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، حيث كانت (0.3<ر<0.6) وهي دالة عند مستوى 0.01.**
- **وجود علاقة طردية ضعيفة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودافع المعرفة والتعلم، حيث كانت (ر<0.3) وهي دالة عند مستوى 0.01.**
- **وجود علاقة طردية ضعيفة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودافع الاتصال والتفاعل الاجتماعي، حيث كانت (ر<0.3) وهي دالة عند مستوى 0.05.**
- **وجود علاقة طردية ضعيفة بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودافع التسلية والترفيه، حيث كانت (ر<0.3) وهي دالة عند مستوى 0.01.**
- **عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014 ودافع مدى ملاءمة الوسيلة، حيث كانت (ر) غير دالة عند مستوى 0.05.**

- مما سبق يتضح عدم تحقق صحة الفرض الثالث

الفرض الرابع:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائيًّا بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية، والإشباعات المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع.

جدول رقم (11)

العلاقة بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية والإشباعات المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع

المتغير	تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية			
	معامل الارتباط	الاتجاه	القوة	مستوى الدلالة
الإشباعات المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع	0.741**	طردي	قوي	0.01

يتضح من الجدول السابق:

وجود علاقة طردية قوية بين تقييم المبحوثين عينة الدراسة لدور مواقع الشبكات الاجتماعية في الانتخابات الرئاسية والإشباعات المتحققة لديهم من استخدام تلك المواقع، حيث كانت (ر>0.6) وهي دالة عند مستوى 0.01.

مما سبق يتضح تحقق صحة الفرض الرابع.

- **مناقشة نتائج الدراسة**

- **تشير نتائج الدارسة الميدانية إلى أن الشباب الجامعي المصري يتعامل مع شبكة الإنترنت بنسبة كبيرة جدًا؛ وهذا يرجع إلى المستوى الثقافي المرتفع**

لدى الشباب، بالإضافة إلى الثورة التقنية الكبيرة في مجال الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات التي استفاد منها الشباب بشكل كبير، واتفقت هذه النتيجة مع دراسة (خليل، حمزة 2012)، ودراسة (جنيد، حنان 2003).

أظهرت نتائج الدراسة استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية بشكل كبير؛ وهذا بدوره أدى إلى تكوين المجموعات والصداقات بين الشباب، أي أنها أصبحت وسيلة إعلام اجتماعي وسياسي جديدة، لها دورها الفاعل في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب،

وهي مصدر يحظى بثقة المشتركين؛ ما أدى إلى سهولة تداول المعلومات، وإقامة الحوارات الإيجابية، وخصوصًا السياسية بين الشباب، وهذا ما اتفق مع دراسة (أحمد عمر، حمدي 2014)، ودراسة (أحمد عبد العال، عالية 2012).

يستدل من نتائج الدراسة أن من أهم أسباب متابعة أفراد العينة من الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية أنها تساعدهم على تكوين رأي عام حول المشكلات والقضايا الخاصة بالانتخابات، بالإضافة إلى إبداء آرائهم في القضايا المطروحة للتصويت عليها، ومناقشة أمور سياسية، وهذا مؤشر جيد جدًا للشباب الجامعي المصري؛ يعطي دلالة على كونه مؤهلًا قويًّا للمشاركة في الانتخابات الرئاسية، أو أية أمور سياسية أو مجتمعية أخرى، وهذا ما اتفق مع دراسة(Hayes R2009)،ودراسة (Shelley,Boulianne2009).

تشير نتائج الدراسة إلى أن نسبة عالية من شباب مجتمع الدراسة تستخدم الشبكات الاجتماعية، وجاء موقع (فيس بوك) في الترتيب الأول، باعتباره أفضل مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب، يليه (يوتيوب)، ثم (تويتر) الذي أتى في المرتبة الثالثة؛ وهو ما يؤكد انتشار شبكات التواصل الاجتماعي بين الشباب من أفراد العينة، وارتفاع نسبة المشتركين فيها، وأن موقع (فيس بوك) كان له تأثير كبير على الشباب أثناء الانتخابات الرئاسية المصرية 2014، وهذا ما يتفق مع كثير من الدراسات السابقة، ومنها دراسة (أحمد عمر، حمدي 2014)،

ودراسة (زكريا خضر، نرمين 2009)، ودراسة (محمد الصعيدي، طارق والقويري، جمال الدين محمد 2007).

جاءت الموضوعات السياسية في مقدمة الموضوعات التي يفضل الشباب مناقشتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ وهذا يرجع إلى طبيعة المرحلة التي يعيشها المجتمع المصري من أحداث سياسية جعلت الشباب يندمج فيها، ويقبل عليها، وهذه النتيجة اتفقت ودراسة (أحمد عمر، حمدي 2014)، ودراسة (الخياط، مسعد محمد 2007) .

تشير نتائج الدراسة إلى تنوع دوافع استخدام الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية، حيث جاء دافع التعرف إلى آراء الآخرين وتعليقاتهم حول الموضوعات الخاصة بالانتخابات الرئاسية في المرتبة الأولى، وفي المرتبة الثانية أتى دافع: أستخدمها لأنها تساعدني على النقاش مع الآخرين بشأن القضايا المثارة، والأحداث الخاصة بالانتخابات الرئاسية المصرية 2014، ثم دافع: أستخدمها لأنها تشعرني بالتواصل الاجتماعي في طليعة استخدامات الشباب لمواقع الشبكات الاجتماعية؛ وهذا يرجع إلى أن الاهتمامات السياسية لدى الشباب أصبحت تحتل مكانة متقدمة في استخدامهم لمواقع الشبكات الاجتماعية، ونضجهم السياسي والفكري في نظرتهم إلى الواقع الذي يعيشه المجتمع المصري، ولما توفره كذلك مواقع الشبكات الاجتماعية من معلومات غزيرة في شتى المجالات.

أظهرت نتائج الدراسة أن مواقع الشبكات الاجتماعية أصبحت تشكل مصدرًا من مصادر الحصول على المعلومات السياسية لدى الشباب، باعتبارها منافسًا قويًّا لوسائل الاتصال التقليدية، أي أنها أصبحت وسيلة إعلام اجتماعي وسياسي جديدة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب، ويدل ذلك على الإقبال الشديد من جانب الشباب على تلك المواقع؛ للمتابعة والمشاركة في الانتخابات الرئاسية المصرية 2014.

أظهرت نتائج الدراسة أيضًا أن مواقع الشبكات الاجتماعية أسهمت بدرجة كبيرة في تشكيل الوعي السياسي لدى الشباب من خلال تشكيل رؤيتهم واتجاهاتهم نحو ما يحيط بهم من متغيرات في الحياة السياسية من خلال إتاحة الفرصة لهم بالتعليق على بعض الأنشطة في إحدى أو عدة صفحات معينة متعلقة بالانتخابات، ونشر أخبار تتعلق بالمرشحين، وإنشاء صفحة معينة لمرشحي الرئاسة؛ وهو ما يؤكد أهمية شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي لدى الشباب.

أظهرت نتائج الدراسة أن الإشباعات السياسية في مقدمة الإشباعات المتحققة لدى الشباب من استخدام مواقع الشبكات الاجتماعية، وهذا ما اتفق مع عدد من الدراسات السابقة منها دراسة (منصور، محمود 2012)، ودراسة (خليل، حمزة 2012).

الفصل السادس

أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي علي تشكيل النسق القيمي الأخلاقي للشباب

يجتاز العالم اليوم بداية عصر جديد يطلق عليه عصر المعلومات ، حيث تحولت المجتمعات الحديثة من مجرد الاهتمام بإنتاج السلع والخدمات إلى توجيه اهتمام متزايد إلى قطاع المعلومات ، وظهرت صناعة جديدة تسمى صناعة المعلومات Information Industry ، وقد صاحب ثورة المعلومات ثورة أخرى وهى ثورة الاتصالات ، وأصبحت البطولة الرئيسية للحاسبات الإلكترونية(1)

ويشكل الفضاء الافتراضي أهم إنجازات ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي شهدها العالم، فالتطور المذهل لشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) وانتشار التقنيات الحديثة للاتصال، وتزايد تطبيقاتها في مجال الإعلام والاتصال، ساهم في ظهور نوع جديد من الإعلام، وهو الإعلام الإلكتروني ، الذي يعتبر ظاهرة إعلامية جديدة يتميز بسرعة الانتشار والوصول إلى أكبر عدد من الجمهور وبأقصر وقت ممكن وأقل تكلفة،(2)

ومع تنامي اعتماد الأفراد على الإنترنت وتطور المواقع تعددت الاستخدامات من التصفح للبريد الإلكتروني ثم المنتديات وغرف الدردشة والرسائل النصية والفورية والمدونات حتى ظهرت المواقع الاجتماعية

كمصطلح أطلق علي مجموعة المواقع الالكترونية التي ظهرت مع الجيل الثاني للويب ، وأتاحت التواصل مع مجتمع افتراضي ، ولعل أشهرها – Face Book MySpace – Twitter – Xing وغيرها ، وادي ذلك لان وصل نسبة مستخدمي الانترنت من الشباب لأكثر من 42% .حيث وفرت للمستخدمين بنية تفاعلية افتراضية Virtual Interactive Environment احتلت مساحة واضحة من وقت وفكر واهتمام ووجدان وعقول الشباب وخاصة بعد نجاحها فى جذب واستقطاب العديد من الفئات العمرية دونما اعتبار للفوارق الجغرافية والدينية والعرقية والجنسية والسياسية والاقتصادية ، ليمتزج الاتصال الذاتي والشخصي والجمعي والجماهيري فى بيئة واحدة أعادت تشكيل الحياة الاجتماعية والاتصالية للفرد، وساهمت في التأثير علي منظومة القيم والأخلاق التي تكون سلوك الفرد.(3)

ويحتل مفهوم القيم أهمية كبيرة فى العلوم الإنسانية والاجتماعية باعتبارها احد العوامل الأساسية التي تكون سلوك الفرد ، حيث تقوم القيم بمجموعة من الوظائف الأخلاقية والاجتماعية فهي تحقق التضامن الاجتماعي الذي يعد ظاهرة أخلاقية.(4)

القيم والنسق القيمي ـ منطلقات التأصيل

ناقش الفلاسفة والمفكرون وعلماء الدين لعدة قرون أي مجموعة من القواعد هو أفضل ، واتفقوا على أن تنمية الأخلاق والنسق القيمي هما الطريق في أي مجتمع المجتمع لحياة أفضل، ولكن يبدو أن المجتمع الافتراضي على الإنترنت يبرهن على وجود شكل جديد من أشكال النشاط الجماعي والقيم والآراء من خلال وساطة التكنولوجيا في الحياة اليومية ، ونعرض فيما يلي لمفهوم القيم ومكوناتها وخصائصها وأنواعها ، وصولا للفهم الخاص بالنسق القيمي الذي تتبناه الدراسة الراهنة.

- ✓ **مفهوم القيم :**

في اللغة : تعرف على إنها : قدر الشيء – فقيمة المتاع ثمنه ، ويقال ما لفلان قيمة ي ليس له ثبات ودوام على الأمر .

وقد ارتبطت القيمة في جانبها الإيجابي بالفضائل الخلقية وفي جانبها السلبي بالنقائض أي الرذائل ، وقد وردت كلمة القيمة "value" مشتقةً من الفعل اللاتيني vales بمعنى (أنا أقوى) ، وهذا يعني أن القيمة تحتوي على معنى المقاومة والصلابة .(7)

✓ **والقيم اصطلاحا :**

كثرت وجهات النظر بشأن تحديد القيم ، إلى الحد الذي زاد من غموضها أكثر مما زاد من فهمنا لها ، فهناك من يتجه إلى التحديد الضيق للقيم على أنها مجرد اهتمامات أو رغبات غير ملزمة للأفراد أو الجماعات ، في حين نجد في القطب الآخر تحديدا واسعا للقيم يراها معايير مرادفة للثقافة ككل.(11)

ويؤكد بارسونزparsons على إن القيم عنصر لنسق رمزي مشترك يعتبر معياراً أو مستوى للاختيار بين بدائل التوجيه التي تظهر في المواقف المختلفة ، فالقيم عند بارسونز تمثل محورا من محاور واقعية السلوك.(12)

وتعرف القيم أيضا بأنها مجموعة من المعايير التي تحقق الاطمئنان للحاجات الإنسانية ويحكم عليها الناس بأنها حسنة ، ويحرصون على الإبقاء عليها.(14)

ومجمل القول أن القيم هي معيار عام ضمني أو صريح فردي أو جماعي يعتمده الأفراد والجماعات في الحكم على السلوك الجماعي قبولا أو

رفضا ، وهي مقاييس اجتماعية وخلقية وجمالية تقررها الحضارة التي ينتمي إليها أفراد المجتمع وفقا لتقاليد المجتمع واحتياجاته وأهدافه في الحياة.(18)

علاقة القيم بالمفاهيم الأخرى :

1. (القيم والأعراف الاجتماعية) يفرق روكتش بين القيم والأعراف الاجتماعية حيث تشير القيمة إلى ضرب من ضروب السلوك ، في حين يختص العرف بصيغة آمرة أو ناهية لأحد أشكال السلوك في موقف معين بذاته (19)
2. (القيمة والحاجة) values & need يتمثل الفرق بين القيم والحاجات في أن القيم تحتوي أو تتضمن التمثيلات المعرفية يقوم بها الإنسان فقط ، في حين أن الحاجات لا تتضمن هذا الجانب وتوجد لدى جميع الكائنات الحية (الإنسان والحيوان).
3. (القيم والاتجاهات) values&attitudes : ويتمثل هذا الفرق في درجة التجريد والثبات والتكوين والعمومية والموافقة الاجتماعية ودرجة الوعي فالقيم أكثر تجريداً وأكثر ثباتاً من الاتجاهات ولها صفة العمومية لأنها تعبر عن أحكام عامة بدرجة أكثر من الاتجاهات

خصائص القيم

1. تتميز القيم بأنها ذاتية : subjective حيث تتعلق بالطبيعة الإنسانية والسيكولوجية للإنسان التي تشمل الرغبات والميول والعواطف وغيرها من العوامل النفسية.
2. تتميز القيم بالنسبية relatively، أي تختلف من شخص لآخر ، ومن ثقافة لأخرى، بل إنها تختلف عند الشخص الواحد حسب رغباته وحاجاته وميوله.
3. تترتب القيم فيما بينها ترتيبا هرميا ، ويعني ذلك أن بعض القيم تسيطر على غيرها أو تخضع لها ، فنجد الفرد يحاول أن يحقق قيمه جميعا ، ولكن إذا حدث تعارض بينهما، فان بعضها يخضع للبعض الآخر وفقا لترتيب خاص به .
4. تتصف القيم بالثبات النسبي، أي المحافظة consistency لأنها من موجهات السلوك ، والقيم التي يتبناها الفرد شعوريا منذ طفولته ، ويرتبط بها وجدانياً يصعب عليه التحرر منها .

أهمية القيم:

1. **تلعب القيم دورا هاما في تشكيل شخصية الفرد وتحديد أهدافه في إطار معياري صحيح.**
2. **يمكن التنبؤ بسلوك صاحبها متى عرف ما لديه من قيم وأخلاق في المواقف المختلفة، وبالتالي يكون التعامل معه في ضوء التنبؤ بسلوكه.**

تصنيفات القيم :

تصنيف القيم - لأغراض الدراسة - له محاور متعددة بحسب عدد من الاعتبارات ، قسمها البعض على أساس أنها (قيم مادية ، قيم روحية) ، وصنفها البعض وفقا لهدفها إلي :

- **قيم متصلة بعلاقة الإنسان مع ربه .**
- **قيم متصلة بعلاقة الإنسان مع نفسه .**
- **قيم متصلة بعلاقة الإنسان مع الآخرين. (25)**

النسق القيمي في المجتمع السعودي

لقد تغيرت الأعراف والقيم تغيراً سريعاً في الغرب خلال العقود العديدة الماضية نتيجة للثورات التقنية وتقدم المجتمع. والدول الإسلامية التي تمر الآن بكثير من التغيرات المشابهة قد تتبع الطريق نفسه الذي سلكه الغرب.(34)

وقد أثبتت المملكة العربية السعودية في قيادتها الحكيمة التزامها في تطبيق الشرع على الفرد، وهي من الدول التي تطبق التشريع وتقيم الحدود(35) ، وقد تأثرت الهوية القيمية للمجتمع السعودي بما يلي :

1. العادات الاجتماعية:هي سلوك ملزم يدخل في تكوينها قيم دينيه وعرفية تجعل الأفراد يسيرون المجتمع ويتوافقون مع نظامه في المواقف الاجتماعية المختلفة .
2. التقاليد: وهي أحكام ثقافيه محلية لا ترتبط بالمجتمع ككل وإنما بطائفة او بيئة محلية محدودة النطاق ، وهي اقل إلزاما من العادات و لذلك لا تشكل عنصرا أساسيا .
3. الأعراف:هي أحكام متفق عليها ونظام اجتماعي غير مكتوب يتكون من المعتقدات والأفكار المستمدة من فكر الجماعة وتراثها ، كما أنها تشكل منظومة معايير اجتماعية .
4. القيم: تعبر القيم عن التفضيلات الإنسانية والتصورات لما هو مرغوب على مستوى أكثر عمومية (36)

مشكلة الدراسة وأهميتها:

يشكل الشباب فئة متميزة في أي مجتمع، بل هم أكثر فئات المجتمع حركة ونشاطاً ،ومصدراً من مصادر التغيير الاجتماعي ، كما تتصف هذه الفئة بالإنتاج والعطاء والإبداع فى كافة المجالات، فهم المؤهلون للنهوض بمسئوليات بناء المجتمع. (37)

ونظرا لما تشهده المجتمعات الحديثة من ظاهرة تنامي استخدام تقنيات الاتصال الالكتروني فقد ظهر جيل جديد لم يعد يتفاعل مع الإعلام التقليدي بقدر ما يتفاعل مع الإعلام الالكتروني يسمى بالجيل الشبكي أو جيل الانترنت، وأصبحت هناك شبكات تواصل اجتماعي مثل

تويتر، الفيسبوك تتسم بعناصرالفورية Immediacy،والتفاعليةInteractivity، وتعددالوسائط Multimedia، والتحديثUpdating، ومن هنا تتحدد المشكلة البحثية وتسعي الدراسة الراهنة للتعرف علي حدود وطبيعة تأثير المواقعالاجتماعية علي النسق القيمي الأخلاقي للشباب السعودي سعيا لتقييم ذلك التأثير، وتحديد الطرح المستقبلي لدور أدوات الاتصال الجديد خلال الفترة القادمة .

وتتحدد أهمية البحث في عدة اعتبارات علي النحو التالي:

1. أهمية وسائل الاتصال التكنولوجي (شبكة الانترنت وآلياتها) وخطورة دورها في الوقت الراهن.
2. ارتفاع معدلات استخدام أدوات الاتصال الجديد (مواقع الشبكات الاجتماعية عبر الانترنت) خاصة بين فئة الشباب في الدول العربية.
3. أهمية الكشف عن علاقة الشباب بوسائل الإعلام الجديد وحدود تأثيرها على النسق القيمي لديهم.

أهمية فئة الشباب داخل المجتمع ، وضرورة دراسة أي متغيرات قد تؤثر عليهم سواء سلبا أو إيجابا، خاصة مع إمكانية تغير النسق القيمي والأخلاقي في عصر الانفتاح الثقافي والإعلامي ، وضرورة إخضاع قيم الشباب للملاحظة البحثية المستمرة للوقوف علي مدي ثباتها أو تغيرها.

أهداف البحث

يتحدد الهدف الرئيسي للبحث في التعرف علي تأثير وسائل الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي عبر شبكة الانترنت) علي النسق القيمي والأخلاقي لدي الشباب بهدف الوصول لوضع آلية لتعزيز القيم الأخلاقية ، و ينبثق من الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية :

- **رصد وتوصيف وتحليل وتقييم علاقة الشباب بوسائل الإعلام الحديثة في الوقت الراهن من خلال تحديد (كثافة الاستخدام لوسائط الإعلام الجديد - نوع المشاركة - دوافع الاستخدام - نوع المضامين التي تحظي باهتمام الشباب - درجة التبني للمضمون المقدم).**
- **تحديد ترتيب النسق القيمي لدي الشباب السعودي – كجزء من الشباب العربي والإسلامي – ودرجة تبني الشباب للقيم الأخلاقية والدينية في الوقت الراهن.**
- **الكشف عن أسلوب تعامل الشباب السعودي مع الواقع الافتراضي الذي تقدمه وسائل الإعلام الجديد خاصة شبكة الانترنت.**
- **رصد آراء واتجاهات الشباب حول أسباب انتشار السلوكيات اللا أخلاقية وعلاقة ذلك بكثافة التعرض لوسائل الإعلام الجديد في المملكة العربية السعودية خاصة والدول العربية والإسلامية عامة.**

الدراسات السابقة

يعتمد البحث في بنائه الأساسي علي دراسة تأثير مواقع الشبكات الاجتماعية التفاعلية عبر شبكة الانترنت علي النسق القيمي الأخلاقي لدي الشباب السعودي ، وتأسيسا علي ذلك يمكن عرض الدراسات السابقة من خلال المحاور التالية:

1- **التأثير العام لشبكة الانترنت علي الجمهور.**

2- **تأثير مواقع التواصل الاجتماعي علي الجانب القيمي والأخلاقي والسلوكي للشباب.**

أولا : التأثير العام لشبكة الانترنت علي الجمهور.

هناك العديد من الدراسات التي عرضت لتأثير شبكة الانترنت علي الأفراد ومنها :

دراسة سامي طايع (2000) عن استخدام الإنترنت في العالم العربي ، وذلك تطبيقا على عينة تضم (500) من طلاب الجامعة ، وأكدت النتائج أن الإنترنت يعد مصدراً هاما للمعلومات لدى غالبية المستخدمين (91.5%)، واحتلت فئة المعرفة المرتبة الأولي تليها التسلية في المرتبة الثانية لاستخدام الإنترنت (88.7%).(38)

دراسة السيد بخيت (2000) حول استخدام الإنترنت كوسيلة تعليمية للطلاب ، تطبيقا علي (15) طالبة بقسم الاتصال الجماهيري بجامعة الإمارات. وقد كشف النتائج عن اتجاهات ايجابية نحو الإنترنت.(39)

دراسة إيمان جمعة (2001) وتناولت الدراسة التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوي المعرفة السياسية لدي الشباب الجامعي ،

وأكدت أن وسائل الاتصال الحديثة تثير بما تقدمه من خدمات جدلا واسعا سواء على المستوي الفردي الضيق Micro أو على المستوى المجتمعي الواسع Macro ، وانتهت الدراسة لارتفاع مستوى الارتباط بين حجم التعرض للوسائل الاتصالية الحديثة وبين مستوى المعرفة السياسية خاصة على مستوي الوعي والفهم والمعرفة الكلية. (40)

دراسة محمد الخليفي (2002م) حول تأثير الإنترنت في المجتمع ، وأكدت أن معظم أفراد مجتمع الدراسة (91.7%) لديهم رغبة في استخدام الإنترنت، وتعددت أسباب الاستخدام وفي مقدمتها أغراض الاتصال، وتبادل المعلومات مع الآخرين،وأكدت النتائج أن شبكة الإنترنت تعد آداه للغزو الثقافي، وتسبب مشاكل اجتماعية وأخلاقية، وصحية بكثرة استخدامها. (41)

دراسة عبد الرحمن الشامي (2004م) حول استخدام الشباب الجامعي اليمني للانترنت تطبيقا علي (400) من الشباب الجامعي، وقد تعددت أسباب استخدام شبكة الإنترنت وفي مقدمتها الحصول على المعلومات، واستخدام البريد الالكتروني، إنجاز الأبحاث العلمية، ووسيلة للتواصل مع العالم الخارجي. (42)

دراسة تحسين منصور(2004) وقد ناقشت دوافع استخدام الإنترنت لدى عينة من طلبة جامعة البحرين تطبيقا علي عينة قوامها (330) من الطلاب ، وانتهت إلي أن الدافع الأول لاستخدام الإنترنت هو البحث عن المعرفة، ثم الترويح، وتكوين علاقات اجتماعية. (43)

دراسة محمد يونس (2005) (21) حول استخدام طلبة جامعة الإمارات العربية للإنترنت كمصدر للثقافة الإسلامية وذلك بهدف التعرف على طبيعة استخدام الطلاب لشبكة الإنترنت ومدى اعتمادهم على الإنترنت كمصدر للثقافة الإسلامية ، وذلك بالتطبيق علي عينة قوامها (500 مفردة) من الجنسين و من جميع الكليات النظرية والعملية ، وقد انتهت الدراسة إلي تعدد الموضوعات الدينية التي يهتم بها الطلبة أثناء تصفحهم للإنترنت وفي مقدمتها العبادات ثم القران الكريم. (44)

دراسة Bryant (2006) (22) وقد هدفت الدراسة إلي التعرف على العلاقة بين استخدام الرسائل النصية وتكوين الشبكات الاجتماعية للمراهقين ، بالتطبيق علي عينة قوامها 40 مبحوث يتراوح في المرحلة العمرية (11-13) سنة ، وأكدت الدراسة أن هناك تداخل محدود بين الصداقات في حياة الأفراد والصداقات عبر التكنولوجيا التفاعلية، فهناك عدد من الأصدقاء على الإنترنت يتم التواصل معهم On Line ، وقد ثبت أن الرسائل الفورية لا تعد مصدراً بديلاً عن المساندة الاجتماعية أو الدعم الاجتماعي للأشخاص الأكثر انعزالاً.(45)

دراسة علي ليلة (2009) وعرضت لدور الإعلام في تكنولوجيا المعلومات في تهتك النسيج الأسرى ، وأكدت علي تهتك النسيج الأسرى بفعل التأثير السلبي لأداء الإعلام وتكنولوجيا المعلومات في مجتمعاتنا ، حيث تؤدى إلى تآكل منظومات القيم والمعاني الموجهة للتفاعل الأسرى ، وأوصت بتنشئة الصغار والشباب وفق منظومة قيمية تدعم هويتهم. (46)

دراسة أشرف جلال حسن حول أثر التقنيات الاتصالية الحديثة (المواقع- المدونات-الفضائيات) علي العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية بهدف التعرف علي حدود التأثير الذي أحدثته وسائل الإعلام الحديثة علي طبيعة العلاقات الاجتماعية داخل الأسرة ، وأوصت بان يكون هناك نوع من الضبط القيمي والسلوكي لما تفرزه تكنولوجيا الاتصال الحديثة من آثار .(47)

الإطار النظري للدراسة

تعتمد الدراسة في بنائها النظري وصياغة فروضها على كل من نظرية المجال العام ، ونموذجي الاعتماد والتلقي ، ونعرض لكل منهم علي النحو التالي:

أولا : ـ نظرية المجال العام Public Sphere

اهتمت العديد من الدراسات والنظريات بتأثيرات وسائل الاتصال على الفرد ومستويات هذا التأثير ، وانتهت إلى وصف جمهور وسائل الاتصال بأنه إيجابي ونشط في مواجهة محتوى وسائل الاتصال والإعلام ، وأصبح الاهتمام بتفسير السلوك الاتصالي للفرد هو الاتجاه السائد في دراسات علاقة الفرد مع وسائل الاتصال(87)

وأوضح Jay G Blumler (1979) أن نشاط الجمهور يتمثل في إمكانية استخدام أجهزة الإعلام كبديل للاتصال الشخصي للحصول على المعلومات ، بجانب الاستخدام العمدى لمضامين أجهزة الإعلام، (88) ، ونظرية المجال العام أحد النظريات التي حاولت دراسة سلوك الفرد المتلقي وعلاقته بالمجتمع ، خاصة بعد أن أصبحت العلاقة بين المجتمع المدني والحياة العامة موضوعا رئيسيا للمناقشة في العديد من التخصصات(89)

ثانيا : مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency

وهو أحد المداخل التي تشكل علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام حيث تعد درجة اعتماد الأفراد على معلومات وسائل الإعلام هى الأساس لفهم تأثير الرسائل الإعلامية على المعتقدات والمشاعر والسلوك(99)

ويؤكد المدخل علي إن الاعتماد المتبادل بين الأفراد ونظم وسائل الاتصال يتم لتحقيق الأهداف التالية:

1. **الفهم: مثل معرفة الذات من خلال التعلم والحصول على الخبرات.**
2. **التوجيه: ويشمل على توجيه السلوك للتعامل مع المواقف جديدة أو الصعبة.**
3. **التسلية: وتشمل على التسلية المنعزلة مثل الراحة ، الاسترخاء والتسلية الجماعية.(100)**

ثالثاً : نموذج التلقي Reception Model

يقوم الفرض الرئيس لنموذج التلقي على أن الفرد المتلقي للمعلومات في أي موقـف يعتمد بشكل أساسي على وسائل الاتصال في استقبال المعلومات ، ويتأثر في ذلك بالعديد من العوامل مثل نمط استخدام الوسيلة ، نوع المضمون ، واهتمامات المتلقي واتفاق المضمون مع اتجاهاته الراهنة، وترتبط عملية التلقي مباشرة بفكرة تكوين المعنى عند الجمهور المتلقي ، من خلال التعامل مع النصوص المقروءة والمرئية (Mc willians - 2003)(102)

فروض الدراسة :

في ضوء تحديد مشكلة البحث وأهدافها وإطارها النظري تتحدد فروض الدراسة فيما يلي :

الفرض الأول : يختلف معدل استخدام الشباب السعودي (عينة الدراسة) لشبكات التواصل الاجتماعي باختلاف المتغيرات الديموجرافية (النوع - العمر ـ التعليم- المستوي الاجتماعي الاقتصادي).

الفرض الثاني : توجد علاقة دالة إحصائيا بين قوة عناصر النسق القيمي الأخلاقي لدى الشباب السعودي وبين المتغيرات الديموجرافية (النوع - العمرـ التعليم- المستوي الاجتماعي الاقتصادي).

الفرض الثالث : هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين كثافة استخدام الشباب السعودي لشبكات التواصل الاجتماعي وبين التأثيرات الناتجة في النسق القيمي الأخلاقي علي كافة المستويات (المعرفية ـ الوجدانية ـ السلوكية) .

تساؤلات الدراسة :

1- **ما مدى كثافة تعرض الشباب السعودي لشبكة الانترنت كوسيلة اتصالية إعلامية ؟**

2- **ما أهم المواقع الالكترونية والشبكات الاجتماعية التي يستخدمها الشباب السعودي عبر شبكة الانترنت ؟**

3- **ما منظومة القيم والأخلاق الراهنة لدي الشباب السعودي ؟**

4- **ما موقع شبكات التواصل الاجتماعي من تفضيلات الشباب السعودي لوسائل الإعلام الجديد ؟**

5- **حدود الدراسة :**

يمكن تحديد الأطر الخاصة بالبحث الراهن علي النحو التالي:

1. **الإطار العمري: الشباب السعودي في الفئة العمرية من(18-35) عام.**
2. **الإطار الجغرافي: مدينة جده.**
3. **الإطار الوسائلى: شبكة الإنترنت باستخداماتها (تطبيقا علي شبكات التواصل الاجتماعي).**

الإجراءات المنهجية

نوع الدراسة ومنهجها :

تنتمي هذه الدراسة إلى مجال الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف المواقف والظواهر والأحداث وجمع الحقائق الدقيقة عنها تطبيقا علي علاقة الشباب السعودي بوسائط الإعلام الجديد وتأثير ذلك علي النمط الأخلاقي والقيمي لديهم ، في ظل التأثر بوسائل الإعلام الجديدةNew Media ، وتستخدم الدراسة منهج المسح الذي يعرف بأنه أحد الأساليب المتعلقة بجمع المعلومات عن سلوكيات الأفراد وعلاقتهم بوسائل الإعلام . ويعتمد البحث في بنائه الأساسي على ما يلي :

- نظرية المجال العام Public Sphere
- نموذج التلقي Reception Model
- مدخل الاعتماد على وسائل الإعلام Media Dependency

مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في فئة الشباب السعودي وذلك في المرحلة العمرية من (18 – 35) سنة ، وتتمثل عينة البحث في عينة عشوائية متعددة المراحل ممثلة من الشباب السعودي ، قوامها 600 مفردة من مدينة جدة علي النحو التالي:

الفئات	المجموع
الذكور	300
الإناث	300
الإجمالي	600

أدوات جمع البيانات:

يعتمد البحث في جمع البيانات على الأدوات البحثية التالية:

أ – أداة المسح الميداني Questionnaire وذلك من خلال تصميم استمارة استقصاء تم تطبيقها على عينة البحث بعد عرضها علي عدد من المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة(106).

ب- مجموعات النقاش المركزة Focus Group

مجموعات النقاش المركزة Focus Groups : حيث تم إجراء (5) جلسات نقاش بحثية ، تضمنت كل جلسة مجموعة من (12) فرد بها نفس خصائص مجموعة البحث وبواقع نسبة ممثلة لإجمالي العينة (10%)، وتم إدارة الجلسة باستخدام أسلوب المناقشة والعصف الذهني في كل جلسة بهدف تقديم نتائج تساعد في رصد واقع تأثير وسائل الإعلام الجديد علي منظومة القيم والأخلاق لديهم بهدف تقديم نتائج كيفية تساعد فى تفسير النتائج الكمية للبحث .

متغيرات الدراسة :

- المتغير المستقل : شبكات التواصل الاجتماعي.
- المتغير التابع : النسق القيمي الأخلاقي.
- المتغيرات الوسيطة: دوافع التعرض، نوع التعرض، معدل الثقة ، والمتغيرات الديموغرافية (النوع – العمر - الدراسة)

نتائج الدراسة ومناقشتها

أولا : النتائج العامة للدراسة المسحية

1) **خصائص عينة الدراسة جدول (1) خصائص عينة الدراسة**

المتغيرات	الفئات	إجمالي العينة		الترتيب
		التكرار	%	
النوع	ذكور	300	50	-
	إناث	300	50	-
الوظيفة	طالب	363	60.50	1
	موظف	179	29.83	2
	لا يعمل	58	9.67	3
التعليم	متوسط	25	4.17	3
	فوق المتوسط	27	4.50	4
	جامعي	458	76.33	1
	دراسات عليا	90	15	2
المستوي الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	46	7.67	3
	متوسط	443	73.83	1
	عالي	111	18.50	2

السن	من 18 إلى اقل من 23 سنة	207	34.50	2
	من 23 إلى اقل من 28 سنة.	264	44	1
	من 28 إلى 35 سنة .	129	21.50	3

يعرض الجدول السابق لخصائص العينة حيث تساوت نسبة توزيع العينة وفقا لمعيار النوع،وفيما يختص بمتغير الوظيفة فقد احتلت فئة طالب المركز الأول بنسبة 60.5%، وبالنسبة لمتغير التعليم تبين حصول 76.33% من العينة على مؤهل عالي(جامعي).

واحتلت الفئة العمرية من(من 23 إلى اقل من 28 سنة) المركز الأول بنسبة 44%.

2) كثافة استخدام الانترنت

جدول (2) توزيع العينة وفقا لعدد أيام استخدام شبكة الانترنت أسبوعيا

الفترة الزمنية	الإجابة		الترتيب
	ك	%	
يوميا	455	75.83	1
من 6- 4 أيام	65	10.83	3
من3 أيام – يومين	0	0	4
يوم واحد	0	0	4
وفقا للظروف	80	13.33	2
المجموع	600	100	--

وفى إطار السعي لفهم علاقة عينة الدراسة من الشباب بشبكة الانترنت كوسيلة اتصالية، تكشف بيانات الجدول السابق عن كثافة استخدام العينة للانترنت(أسبوعيا) ، بداية أكد ذلك 75.83% من إجمالي العينة أنهم يستخدمون الانترنت يوميا ، ويلي ذلك فئة (وفقا للظروف)

(من 6- 4 أيام) ، وبنسبة 13.33 % ، 10.83% علي التوالي ، ولم تحصل فئة (يوم واحد) أو (2-3 أيام)علي أي تكرارات.

3) مكان التواصل عبر الانترنت

جدول (3) توزيع العينة وفقا لمكان استخدام شبكة الانترنت

مكان الاستخدام	الإجابة		الترتيب
	ك	%	
المنزل	182	30.33	2
العمل	114	19	3
الهاتف المحمول	304	50.67	1
مقهى انترنت	0	0	4
أخري تذكر	0	0	4
المجموع	600	100	--

يعرض الجدول السابق لتوزيع العينة وفقا للمكان الأكثر استخداما لشبكة الانترنت حيث أكد 50.67% على استخدام الهاتف المحمول كوسيلة اتصال بالانترنت.

4) استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

جدول (4) توزيع العينة وفقا لمعدل استخدام شبكات التواصل الاجتماعي

مدي الاستخدام	المجموع		الترتيب
	ك	%	
نعم بانتظام	518	86.33	1
أحيانا	82	13.67	2
نادرا	-	-	3
لا استخدمها	-	-	3
المجموع	600	100	

تشير بيانات الجدول السابق إلى تأكيد العينة معظم العينة بنسبة 86.33%

أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت بانتظام .

أنواع شبكات التواصل الاجتماعية التي يستخدمها الشباب

جدول (5)توزيع العينة وفقا لنوع شبكات التواصل الاجتماعية التي تستخدمها في التواصل

الشبكات الاجتماعية	بدرجة كبيرة		بدرجة متوسطة		لا استخدمها		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الفيس بوك Face Book.	381	63.50	181	30.17	38	6.33	600	100
التويتر Twitter.	315	52.50	190	31.67	95	15.83	600	100
اكسنج Xing	0		0	0	600	100	600	100
ماي سبيس MySpace	0		0	0	600	100	600	100
اليوتيوب	86	14.33	310	51.67	204	34	600	100
أخري	0	0	0	0	600	100	600	100

تشير بيانات الجدول السابق إلى أهم شبكات التواصل الاجتماعي التي يستخدمها الشباب عينة البحث، وقد احتلت شبكة الفيس بوك FaceBook. المركز الأول في الاستخدام (بدرجة كبيرة) بنسبة 63.50% .

5) مدي الثقة في صدق المواقع الإخبارية

جدول (6) توزيع العينة وفقا لمعدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي

الشبكات الاجتماعية	أثق بدرجة كبيرة		أثق بدرجة متوسطة		لا أثق		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
الفيس بوك Face Book.	30	5	374	62.33	194	32.34	600	100
التويترTwitter.	115	19.16	212	35.33	273	45.51	600	100
اكسنج Xing	0	0	131	21.83	469	78.17	600	100
ماي سبيس MySpace	0	0	125	20.83	475	79.16	600	100

تؤكد نتائج العديد من الأبحاث أن متغير الثقة يعد من العوامل الأساسية في ارتباط المتلقي بالوسيلة الاتصالية ، وتشير بيانات الجدول السابق إلي معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفضة للغاية ، وقد احتلت التويترTwitter المركز الأول تليها شبكة الفيس بوكFace Book ، ولكن بنسبة 19.16% ، 5% فقط ، ،وتراجع معدل الثقة في شبكتي – اكسنجXing ،- ماي سبيسMySpace للمركز الأخير وبنسبة 0% ، ولعل ذلك يؤكد أن الشباب قد يستخدم ويعتمد علي مصادر اتصالية لا يثق بها إلا أنها تقدم له مساحة اكبر من الخصوصية والحرية في التعبير.

خاتمة الدراسة وتوصياتها

1. ارتفع معدل استخدام الشباب لشبكة الانترنت وأكدت العينة بأكملها بنسبة 100% أنهم يستخدمون الانترنت .
2. وحول شبكات التواصل الاجتماعي أكد معظم العينة بنسبة 86.33% أنهم يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت بانتظام ، ولا شك أنها بذلك استطاعت أن تخلق مجالا عاما أحدث تأثيرا علي النسق القيمي الأخلاقي .
3. تبين أن معدل الثقة في مواقع التواصل الاجتماعي منخفض للغاية.
4. انتهت الدراسة إلي أن مقياس النسق القيمى للشباب يتسم بالثبات إلي حد ما.

هوامش الفصل

1- محمود تيمور ، محمود علم الدين : الحاسبات الإلكترونية وتكنولوجيا الاتصال ، (القاهرة : دار الشروق ، 1997) ، ص 7 .

2- Available At : emag.mans.edu.eg/media/upload/27/logo_

3-أشرف جلال حسن ، أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالانترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية ، المؤتمر العلمي السنوي الثالث المؤتمر العلمي السنوي الخامس عشر "الإعلام والأسرة وتحديات العصر"، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة، 2009 ، ص 475-567.

4- احمد زايد : المدخل النظري في دراسة القيم ، الدوحة ، مركز الوثائق والدراسات الإنسانية، 1994، ص52.

7-علي احمد الجمل: القيم ومناهج التاريخ الإسلامي ، القاهرة ، عالم الكتب ،1996، ص 17

11-ضياء زاهر : القيم في العملية التربوية ، مصر الجديدة ، مركز الكتاب للنشر ،1996، ص10

12 - Parsons. T, the social system , new Delhi : amerid publishing :1972, P, , P.24.

13-Rokeach. M,the nature of human values , "A Sociological Theory of Publics: Identity and Culture as Emergent Properties in - Networks." Social Research, Vol. 67, 2000. p.5.

14- محمد صلاح الدين مجاور : التربية الخلقية ومسئولية المدرسة فيها ، الكويت – مجلة العربي – العدد 133 ديسمبر 1969 . ص101.

15- خليل مصطفى ابو العينين :القيم الإسلامية والتربية ،المدينة المنورة ، مكتبة الحلبي ،1408 ، ص 34 -35

16- توفيق الطويل ، فلسفة الأخلاق : نشأتها وتطورها ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، ط4 ، القاهرة ، 2006 ، ص 35 – 36 .

17- عبد اللطيف محمد خليفه ، ارتقاء القيم (دراسة نفسية) ، سلسلة عالم المعرفة ، عدد 160 ، الكويت ، 1992 ص 55 .

18- كمـال بلخيـري : النسق القيمي لدى الفرد الجزائري وعلاقته بالجريمة ، جامعة فرحات عباس ، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية, العدد 15 ، 2012

19- ضياء زاهر : القيم في العملية التربوية ، القاهرة ، مركز الكتاب للنشر ،1996، ص25-28.

20- علي احمد الجمل: القيم ومناهج التاريخ الإسلامي ،القاهرة، عالم الكتب ،1996. ص 18-19-20.

21- فؤاد علي العاجز، عطيه العمري ، مرجع سابق.

22- محمد خليل - أهداف التعليم والتعلّم www.majma.org.jo/majma/res/data/seasons/28/28

23- إسماعيل عبد الفتاح :القيم السياسية في الإسلام ، القاهرة، الدار الثقافية للنشر، 2001 .

24- كمـال بلخيـري ، مرجع سابق.

25- فؤاد علي العاجز، عطيه العمري ، مرجع سابق.

26- علي احمد الجمل: القيم ومناهج التاريخ الإسلامي ، القاهرة، عالم الكتب ،1996.

27-محمد أبو بكر الرازي،مختار الصحاح، دار النهضة للطباعة والنشر، بغداد،1983،ص657.

28- http://e3lanelthawra.own0.com/t15-topic

29-. إحسان محمد الحسن ، رواد الفكر الاجتماعي ، دراسة تحليلية في تاريخ الفكر الاجتماعي، دار الحكمة للطباعة والنشر ، 1990، ص431.

30-عبد الباسط عبد المعطي : بعض مظاهر صراع القيم في الأسرة المصرية ، القاهرة ، المركز القومي للبحوث ، المجلة الاجتماعية ، العدد (1) يناير 1981.

31- ضياء زاهر ، مرجع سابق ، ص 55.

32-أميرة إبراهيم النمر : اثر التعرض للقنوات الفضائية علي النسق القيمي للمراهقين – دراسة تطبيقية ، رسالة دكتوراه غير منشورة، ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، قسم الإذاعة ، 2004.– ص 60

33-ضياء زاهر ، مرجع سابق ص 31-38.

34- علي المزروعي ، القيم الإسلامية و القيم الغربية ،ابو ظبي ،مركز الإمارات للدراسات و البحوث الإستراتيجية ،1998، ص7.

35- زكريا يحيى هلال : انهيار القيم ، الرياض ، دار العبيكان للطباعة والنشر 2002،

36- تركي الحاثي ، وآخرون ، الشباب وقيم المواطنة في المجتمع العربي السعودي ، جدة ، دار حافظ للنشر والتوزيع ، 2011،ص 92 -105

37- محمد عبد الرازق إبراهيم ، هاني محمد يونس موسى: القيــم لـدى شبــاب الجامعـة فى مصــر ومتغيرات
القرنالحادي والعشرين
http://www.ensanyat.com/vb1/showthread.php?t=2189

38- سامي عبد الرءوف طايع : استخدام الإنترنت في العالم العربي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي. جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، عدد 4، 200 ، ص 33-68.

39- السيد بخيت محمد : استخدام الإنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، عدد 8، 200 ، ص 89-170.

40-إيمان جمعة: التعرض لوسائل الإعلام التقليدية والحديثة وعلاقته بمستوى المعرفة السياسية لدى الشباب الجامعي – المؤتمر العلمي السنوي السابع ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، مايو 2001.

41- ،محمد بن صالح الخليفي : "تأثير الإنترنت في المجتمع: دراسة ميدانية"، عالم الكتب، المجلد22، العددان 5 ،6، 2002 ، ص 469–502.

42 – عبد الرحمن الشامي : استخدام الشباب الجامعي اليمني للانترنت:دراسة مسحية، المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، جامعة الكويت، العدد 22، 2004 ، ص 155-208.

43- تحسين منصور : استخدام الإنترنت ودوافعها لدى طلبة جامعة البحرين ، دراسة ميدانية ، جامعة الكويت ، المجلة العربية للعلوم الإنسانية ، العدد 86 ، 2004 .

44- محمد يونس، استخدام طلبة جامعة الإمارات العربية للإنترنت كمصدر للثقافة الإسلامية " دراسة ميدانية "، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، عدد 21 ابريل 2005، ص 461

45 - Bryant, J.A., Sandres-Jackson, A., & Malhwood, A.M.R Image Text Messaging and Adolescent Social Networks, Journal of Computer- Mediated Communication Article 2006

46- علي ليلة ، دور الإعلام في تكنولوجيا المعلومات في تهتك النسيج الأسرى رصد لتحرك التفاعل من المركز إلى الهامش"، ، المؤتمر العلمي "الأسرة والإعلام وتحديات العصر" ، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام ، 15-17 فبراير 2009، ص 23.

47- أشرف جلال حسن ، مرجع سابق .

48- محمد سعد إبراهيم : اتجاهات المراهقين نحو رقابة الأسرة على الإنترنت في إطار نموذج تأثرية الآخرين ، المؤتمر العلمى "الأسرة والإعلام وتحديات العصر" كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 15-17 فبراير 2009.

49- بركات عبد العزيز محمد: تأثير الإنترنت في التفاعل العائلي (قراءة في توجهات البحوث العلمية)، المؤتمر العلمى "الأسرة والإعلام وتحديات العصر" كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 15-17 فبراير 2009.

50- عفاف عبد الله ، عبد الرحمن جعفر: تأثير الإنترنت في علاقات الشباب الاجتماعية والأسرية دراسة ميدانية على عينة من شباب ولاية الخرطوم- السودان ، المؤتمر العلمى "الأسرة والإعلام وتحديات العصر" كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 15-17 فبراير 2009.

51- على خليل أبو العنين القيم الإسلامية والتربية ، المدينة المنورة : مكتبة حلبي ، 1988 ، ص35 .

الفصل السابع

أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على مهارات التواصل والشعور بالوحدة النفسية لدى طلبة الجامعات

أصبحت عملية التواصل الاجتماعي بفعل التكنولوجيا الحديثة عموما وتكنولوجينا المعلومات بصفة خاصة من وسائل الاتصال الرئيسية التي غيرت من مسار الاتصالات فأصبح من السهل الحصول على المعلومات بشكل منظم وسريع من خلال الحواسب والهواتف الشخصية على مدار الساعة.وبرزت مواقع التواصل الاجتماعي(الفيسبوك- التويتر- واتس أب - لينكد أن) لتصبح في مقدمة إنجازات ثورة المعلومات دون منافس ، حيث ربطت شبكة المعلومات الأشخاص بعضهم ببعض في جميع أنحاء العالم لتجعل من العالم قرية صغيرة إذا تتضمن تلك التقنية كما هائلا من المعلومات في كافة مناحي الحياة الصحية – اجتماعية – اقتصادية- سياسية - أعمال تجارية ومصرفية والعاب ووسائل ترفيه وتعارف وزواج وغيرها. وقد تميزت مواقع التواصل بسهولة الاستخدام وسرعة الانتشار.

إذ يستطيع أي فرد أن ينغمس لفترات طويلة جدا ويبحر في صفحاته بسهوله ويسر دون أن يشعر كم من الوقت قد مضى وهذا يشير إلى اتساع نطاق استخدام مواقع التواصل الاجتماعي واعتبارها سمه مميزه لهذا العصر فأساليب التواصل يستخدمها الأطفال والمراهقين والراشدين وكبار السن أي كافة فئات أفراد المجتمع العمرية وأيضا كافة طبقات المجتمع محدودة الدخل وذوى الدخول المرتفعة، فأصبحت مواقع التواصل الاجتماعي تغزو كافة مجالات الحياة الاجتماعية كوسيلة للاتصال وتبادل الأفكار والمعلومات فضلا عن المجالات السياسية والاقتصادية، والتعليمية ورغم الفائدة العظيمة التي قد تحققها مواقع

التواصل الاجتماعي في كافة مجالات الحياة، إلا إنها في الوقت ذاته قد تشكل خطر على مستخدميها إذ أن هناك جدلا متواصلا حول مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في انخفاض العلاقات الأسرية والاجتماعية، وقد أشار العديد من الباحثين إلى أن قضاء الفرد معظم وقته أمام شاشات الحاسوب والهواتف من شأنه أن يغير شكل العلاقات الإنسانية التي تربط الأفراد فيما بينهم ،فكثيرون يرتبطون بالشاشة سواء كانت لجوال أو حاسوب لمدة طويلة لأنها توفر له التسلية والتسوق والتشويق وتبادل الرسائل ومشاهدة الأفلام واللعب وقراءة الكتب والتعلم وما يتبقى من وقت الفرد يكاد يقتصر على النوم وتناول الطعام والذي قد يقتصر أيضا على الوجبات السريعة بينما العينان مثبتتان على الشاشات.

وتشهد استخدامات شبكات التوصل الاجتماعي مثل الفيس بوك والتويتر واليوتيوب والتي تتيح التواصل مع الأصدقاء والزملاء وتقوية الروابط إقبالا متزايدا وطلبا كبيرا من شرائح المجتمع المختلفة

لما تحققه من تفاعل اجتماعي يشير إلي العمليات الإدراكية والوجدانية الانفعالية والسلوكية التي تتم بين الإطراف المتصلة بحيث تتبادل هذه الإطراف رسائل كثيرة فيما بينها في موقف اجتماعي محدد زمنيا ومكانيا، ويكون سلوك كل طرف منها منبها لسلوك الطرف الآخر، وتعتبر الشبكات الاجتماعية كالفيسبوك والتويتر واليوتيوب مواقع يتواصل من خلالها ملايين البشر تجمعهم اهتمامات مشتركة، وتتيح هذه الشبكات لمستخدميها مشاركة الملفات والصور

وتبادل مقاطع الفيديو،وإنشاء المدونات وإرسال الرسائل وإجراء المحادثات الفورية فيما بينهم،وتظهر الإحصائيات العالمية تزايد الإقبال على استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في جميع إرجاء العالم حيث سجلت الإحصائيات وجود (125) مليون مستخدم للشبكات من العرب

وأفادت دراسة بعنوان "شبكات التواصل في منطقة الشرق الأوسط إحصاءات واتجاهات" أن موقع الفيسبوك هو الأكثر شعبية واستحوذ على نسبة 82,5% يلي ذلك شبكة التويتر بنسبة 9,3% وان مستخدمي الانترنت في منطقة الشرق الأوسط تقوم باستعمال شبكات التواصل بشكل يومي

، وان عدد مستخدمي الانترنت في العالم العربي (125) مليون بزيادة30% وفى المملكة العربية السعودية (15) مليون- بنهاية عام 2012وان السعوديين يحتلون المرتبة الأولي عربيا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتشير هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات إن عدد مستخدمي الانترنت ارتفع من 5% عام 2001الى 46% في نهاية الربع الثالث للعام 2011 وان السعودية باتت في المرتبة الواحد والثلاثون على مستوى العالم لمستخدمي الفيس بوك، فكثير من الشباب السعودي يعتمد على شبكة الاتصالات الاجتماعية بصورة رئيسية كأداة للاتصال والتعبير عن الرأي والحصول على المعلومات.

وأكد المركز الوطني لأبحاث الشباب في جامعة الملك سعود أن الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي له تداعيات نفسية واجتماعية متعددة منها زيادة القلق والاكتئاب والرغبة في الانعزال وعدم القدرة على التواصل الواقعي مع الآخرين خصوصا إذا كان مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي يحرص على متابعة الأحداث الجارية التي تغلب عليها الصراعات والاضطرابات، وجعل الفرد غير قادر على الاستقلال في تفكيره وقراراته فهو دائم المحاولة لمعرفة آراء وتعليقات

المشاركين مما يؤثر على تشكيل شخصيته واضطرابها، وأكد المركز على أن هناك شحا في الاهتمام بظاهرة إدمان الدخول لمواقع التواصل الاجتماعي في السعودية وان استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من السلوكيات الجديدة التي انتشرت بشكل كبير في المجتمع السعودي بينما الدراسات والأبحاث حولها قليلة بالنظر إلى أهميتها وتأثيرها على شخصية الأبناء وسلوكيات الأسرة والمجتمع ومن هنا تأتى أهمية الدراسة الحالية خاصة في البيئة السعودية ، والتي تتصدي لهذا الموضوع لتحديد طبيعة العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومهارات الاتصال والوحدة النفسية وأثرها عليهما(جريدة "الرأي" ، العدد الصادر يوم الأربعاء، تاريخ 8 شباط، 2012).

مشكلة الدراسة

ظهرت دراسات تناولت ظاهرة استخدام الانترنت وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي بعد أن دخلت هذه الشبكات إلى البيوت والمقاهي وزاد عدد مستخدميها ففي دراسة لعالمة النفس الأمريكية ((كيمبرلي يونغ)) أظهرت النتائج إن 6% من مستخدمي الانترنت في العالم في عداد المدمنين وتناولت في كتابين لها موضوع ((الوقوع في قبضة الانترنت)) ((التورط في الشبكة)).(يونغ،1998) وأفادت دراسة بعنوان "شبكات التواصل في منطقة الشرق الأوسط إحصاءات واتجاهات" إن موقع الفيسبوك هو الأكثر شعبية واستحوذ على نسبة 82,5% يلي ذلك شبكة التويتر بنسبة9,3%

وان مستخدمي الانترنت في منطقة الشرق الأوسط تقوم باستعمال شبكات التواصل بشكل يومي، وان عدد مستخدمي الانترنت في العالم العربي (125) مليون بزيادة30% وفى المملكة العربية السعودية (15) مليون- بنهاية عام 2012 وان السعوديين يحتلون المرتبة الأولي عربيا في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وتشير هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات أن عدد مستخدمي الانترنت ارتفع من 5% عام 2001 إلى 46% في نهاية الربع الثالث للعام 2011 وان السعودية باتت في المرتبة الواحد والثلاثون على مستوى العالم لمستخدمي الفيس بوك، فكثير من الشباب السعودي يعتمد على شبكة الاتصالات الاجتماعية بصورة رئيسية كأداة للاتصال والتعبير عن الرأي والحصول على المعلومات ، وأشارت دراسة جرار (2011) أن نسبة الشباب الأردني الذي لديه اشتراك في الفيسبوك تبلغ (74.4%) من مجمل الشباب الأردني، وأن نسبة الذكور المشتركين في الموقع (56%) وهي أكبر من نسبة مشاركة الإناث (44%)، وأن ما يقرب من ثلاثة أرباع المشتركين يقومون بتفقد الموقع يوميا (73.8%)، وأن أكثر من نصف الشباب المشترك في الموقع (57.4%) يعتقدون أن اشتراكهم قلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، ورأى (45.6%) من المشتركين أن اشتراكهم في الموقع أثر على حياتهم إيجابيا، و(14.2%) لم يستطيعوا أن يحددوا فيما إذا كان اشتراكهم في الموقع أثر أو لم يؤثر على حياتهم وبينت دراسة المصري (2011)

إلى أن نسبته (52%) من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تصل إلى ساعتين يومياً، كما بينت الدراسة أن أهم سلبيات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تكمن في تغذية الأزمات السياسية وتهيئة الفرصة لعمليات الاستقطاب من قبل الآخرين، وزيادة الاحتقان وتعميق الخلافات ، بينما أشارت دراسة الساري (2009) إن استخدام الانترنت

ساهم في أحدات تغيرا ملموسا في طبيعة التواصل الأسري والعائلي، تبدّى ذلك في تراجع مقدار الوقت الذي يقضيه الشباب في الجلوس والتفاعل مع أسرهم، وان الاستخدام المفرط للإنترنت له أثار سلبية تمثلت في بداية ظهور بعض أعراض الإدمان لديهم على الانترنت، وتسببت أيضا في خلق بعض الصدمات العاطفية لبعض مستخدميه من العزاب والمتزوجين، انعكست سلبا على علاقاتهم الأسرية والعائلية والزوجية، وساهمت في بروز بعض مظاهر الاغتراب النفسي والاجتماعي لدى بعضهم، تجسدت في تمنيهم العيش خارج مجتمعهم المحلي، وأظهرت دراسة أمين (2009) إن دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع (يوتيوب) هي الرغبة بإمدادهم بالأخبار الهامة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة، ثم التسلية والترفيه والفضول في التعرض لنمط إعلامي جديد، أما فيما يتعلق بالاشباعات المتحققة، فقد جاءت الإشباعات المعرفية في مقدمة الإشباعات التي تحققت لعينة الدراسة تلاها تحقيق إشباعات التسلية والترفيه وشغل أوقات الفراغ عند هؤلاء الطلبة .

وأكد المركز الوطني لأبحاث الشباب في جامعة الملك سعود أن الإفراط في استخدام مواقع التواصل الاجتماعي له تداعيات نفسية واجتماعية متعددة منها زيادة القلق والاكتئاب والرغبة في الانعزال وعدم القدرة على التواصل الواقعي مع الآخرين ولاحظ القائمين بالدراسة من خلال المشاهدات والمتابعة لبرامج على وسائل الإعلام إن هذه الظاهرة تزداد نسبة انتشارها يوماً بعد يوم وكذلك تزداد آثارها السلبية وخاصة على فئة الشباب الذين يعدون أكثر مستخدميها لأمور تتعلق سواء بالدراسة أو العمل أو تمضية وقت الفراغ ومن الملاحظ أيضاً إن الشاب الذي يستخدم شبكات التواصل الاجتماعي بكثرة تتأثر لديه مهارات

التواصل الاجتماعي والشعور بالوحدة والتي هم من أهم ما يمتلكه الفرد من المهارات المختلفة حيث تمكنه من التفاعل مع الآخرين بطريقة إيجابية فعالة تمكنه من التوافق وتحقيق التكيف الاجتماعي ووجد الفريق البحثي إن عدد الأبحاث العربية التي تناولت هذه الظاهرة تعتبر غير كافية مما دعا للقيام بهذه الدراسة لإلقاء الضوء على هذه الظاهرة في مجتمعنا

والتحقق من دوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على مهارات التواصل الاجتماعي والوحدة النفسية لدى فئة الشباب الجامعي وهكذا تبلورت مشكلة الدراسة الحالية في الإجابة علي التساؤلات التالية:

1. ما مستوي دوافع استخدام طلبة جامعة الملك فيصل لشبكات التواصل الاجتماعي .
2. هل هناك فروق دالة إحصائيا في دوافع استخدام شبكات التواصل تعزي لمتغير الجنس لدى أفراد عينة الدراسة .
3. هل هناك فروق دالة إحصائيا في دوافع استخدام شبكات التواصل تعزي لمتغير التخصص لدى أفراد عينة الدراسة .
4. ما مستوي الشعور بالوحدة لدى طلبة جامعة الملك فيصل الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.
5. ما مستوي مهارات التواصل لدى طلبة جامعة الملك فيصل الذين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي.

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية الدراسة في النقاط الآتية:

1. تتناول هذه الدراسة ظاهرة هامة من ظواهر العصر الحديث وهي استخدام شبكات التواصل الاجتماعي والتي تعد قليلة لحد ما لاسيما في المجتمعات العربية نظرا لحداثة هذه الشبكات وتنوعها.

2. تسلط الضوء علي دوافع طلبة الجامعة لاستخدام شبكات التواصل الاجتماعي .

3. تسلط الضوء على طبيعة العلاقة بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومهارات التواصل الاجتماعي. والوحدة النفسية.

4. تتناول بالبحث فئة لها أهمية خاصة في الإنتاج والتطور والمستقبل وهي

5. فئة الشباب الجامعي التي يجب إعدادها لمواجهة الثورة العلمية المعرفية. والمشاركة في تنمية المجتمع وحل مشاكله قد تساعد على إجراء دراسات مشابهة.

6. قد تساعد المتخصصون في المجالات النفسية والصحية على تقديم المساعدة والمساندة الممكنة للتخفيف من الآثار السلبية لهذه الظاهرة والتوجيه نحو الاستخدام الإيجابي الفعال لشبكات التواصل الاجتماعي.

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

1. التعرف إلى دوافع استخدام طلبة الجامعة لشبكات التواصل الاجتماعي.

2. التعرف إلى أثر استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ومهارات التواصل الاجتماعي والوحدة النفسية لدى طلبة جامعة الملك فيصل.

3. معرفة الفروق بين استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير الجنس في مهارات التواصل والوحدة النفسية.

4. في مهارات التواصل والوحدة النفسية معرفة الفروق في استخدام شبكات التواصل الاجتماعي تبعاً لمتغير التخصص العلمي.

مصطلحات الدراسة والإطار النظري

مفهوم الشعور بالوحدة النفسية:Loneliness Feelings :

يعرفه الحفني، (1978) بأنه إحساس الفرد بفقد الاهتمام بأي شئ، وعدم الرضا الناتج عن إحباط حاجاته الطبيعية، نتيجة لفقدان التواصل بالآخرين أو نبذة من قبل المجتمع، مما يجعله يائساً، وكثير من محاولات الانتحار أو الانتحار نفسه من مختلف الأعمار ناتج عن الشعور بالوحدة، أو استجابة لفقدان الحب، أو الشعور بأنه غير مرغوب فيه، أو أنه لا فائدة منه.

ويعرفه قشقوش، (1979) بأنه إحساس الفرد بوجود فجوة نفسية تباعد بينه وبين أشخاص وموضوعات مجاله النفسي إلى درجة يشعر معها بافتقاد التقبل والتواد والحب من جانب الآخرين، بحيث يترتب على ذلك حرمان الفرد من أهلية الانخراط في علاقات مثمرة ومشبعة مع أي من أشخاص وموضوعات الوسط الذي يعيش فيه،ويمارس دوره من خلاله.(Peplau & Perlman1982)

كما يعرفه بيبلو وبيرلمان بأنه خبرة مشحونة بالمشاعر السيئة نتيجة تعرض علاقات الفرد الاجتماعية للفشل أو الإحباط ويتفق إلى حد كبير تعريف جونز وآخرون (Jones et al.,1982) مع التعريف السابق، حيث يعرفون الشعور بالوحدة النفسية ، بأنه خبرة غير سارة لدرجة كبيرة، مرتبطة بالحاجة إلى الألفة الإنسانية المتبادلة.

.(Newcomb & Bentler,1986)

أما نيوكمب وبنتلر فيعرفان الشعور بالوحدة النفسية، بأنه عجز في المهارات الاجتماعية وفي علاقات الفرد الاجتماعية، مما يدفع به إلى بعض الاضطرابات النفسية كالقلق أو الاكتئاب أو التفكير في الانتحار، وكذلك معاناة الفرد من الأعراض النفسجسمية، كالصداع وضعف الشهية والتعب والإجهاد، وأيضاً العدوانية والمشكلات الدراسية والهروب من المنزل ، مما له في نهاية الأمر من آثار حادة على الأداء السيكولوجي والتوافق النفسي.

(Weeks et al.,1980)

ويشير ويكس وآخرون إلى أن مفهوم الشعور بالوحدة النفسية قد حظي باهتمام الباحثين المتخصصين في مجال الصحة النفسية، خاصة وأن عديداً من الدراسات والبحوث قد أكد أنه مفهوم مستقل عن مفهوم الاكتئاب ، . (Kubistant,1979)

كما يؤكد كوبستانت انه على الرغم من وجود علاقة مشتركة بينهما إلا أن ظاهرة الشعور بالوحدة النفسية، تعتبر في حد ذاتها ظاهرة منفصلة ومستقلة، ولا يمكن بأي حال من الأحوال إدماجها أو تصنيفها ضمن أي ظاهرة نفسية أخرى.

ويري الدسوقي (1998) إنها حالة نفسية تنشأ لدى الفرد نتيجة حدوث خلل في قدرته علي التواصل بصورة سليمة صمن بيئته الاجتماعية التي يعيش ويتفاعل فيها سواء كان ذلك في صورة كمية (لا يوجد لديه عدد كاف من الأصدقاء) أو في صورة كيفية (افتقاد المحبة والألفة مع الآخرين المحيطين به) وتقاس في الدراسة الحالية بالدرجة التي يحصل عليها المستجيب علي المقياس المستخدم في هذه الدراسة لسيد عبد العظيم، ومحمد عبد التواب متضمنا الأبعاد التالية: الوحدة

الأسرية وتعني طبيعة الاتصال والتفاعل الواقعة بين الفرد وأفراد أسرته، والوحدة الاجتماعية وتعني طبيعة العلاقات المتبادلة بين الفرد وأفراد المجتمع، افتقاد التقبل وتعني طبيعة انسجام الفرد ومدى التفاهم مع الآخرين وشعوره بالرضا والتوافق معهم الوحدة الانفعالية وهي انعكاس لكل ما يدور داخل الفرد من مشاعر ومشاركة وجدانية تجاه علاقته بالآخرين المحيطين به، الحرمان ويشير إلى معاناة الفرد وإحساسه بالتجاهل والرفض من الأصدقاء

مفهوم مهارات التواصل :

مهارات التواصل الاجتماعي: " مجموعة من أفعال أو ردود أفعال تصدر عن أفراد الجماعة في موقف من المواقف الاجتماعية التي تعيشها الجماعة".

(الشعراني وسليم،2006).

وتعرف إجرائياً:

بالدرجة التي يحصل عليها المفحوص على مقياس مهارات التواصل.

تعريف الاتصال

عندما نقوم بالاتصال، فإننا نتبادل المعلومات مع الآخرين وكمتحدثين بغرض توصيل مضمون رسالة معينة إلى مستمعينا، فعندما نتبادل المعلومات أو عندما نريد توصيل مضمون رسالة فإننا نستخدم اللغة أي الإشارات اللفظية والإشارات غير اللفظية، مثل تعابير الوجه، وأسلوب

الحديث وطريقة الوقوف والحركة وإيماءات الجسم...الخ على حد سواء بصورة تحقق الأهداف المنشودة في أي جماعة من الناس ذات نشاط اجتماعي، إذن الاتصال عملية تربط أوصال البناء أو الهيكل التنظيمي لأي جماعة ربطا ديناميكيا تجعل منهما وحدة عضوية لها درجة من التكامل تسمح بقيامهما بنشاطهما.

شبكات الاتصال :

ينظر إلى تنظيم الاتصال داخل أي جماعة على أنه شبكة معقدة من العلاقات المتداخلة بين الأفراد. وتنعكس تلك العلاقات على وجود شبكات متعددة أو طرق كثيرة للاتصال بين أعضاء الجماعة.

مهارات التحدث:

وتعنى مهارة التحدث مدى قدرة الشخص على اكتساب المواقف الايجابية عند اتصاله بالآخرين ويتكون موقف الحديث دائماً من المتحدث الذي يحاول نقل فكرة معينة أو طرح رأياً محدداً أو موضوعاً بعينه وهو الطرف المعنى بالحديث، والمستمع له ثم الظروف المحيطة بموقف الحديث سواء كانت هذه الظروف مادية أو معنوية. وهو الاهتمام بمحتوى الحديث ومضمونه ومراعاة الفروق الفردية بين الأفراد واختيار الوقت المناسب للحديث ومعرفة أثره على الآخرين ويرتبط بمفهوم التحدث عدة مفاهيم: الإقناع، الحوار، التفاوض، حسن البيان.

يحتاج المحاور إلى فصاحة غير معقّدة الألفاظ، وإلى بيان دون إطالة أو تكرار فتكون العبارات واضحة، ومدعومة بما يؤكّدها من الكلام والشواهد والأدلة والأرقام وضرب الأمثلة. وتبسيط الفكرة وإيراد الاستشهادات الداعمة لاستثارة الاهتمام واستنطاق المشاعر مع تقديرها، ومواصلة الحوار حتّى يتحقق الهدف ومن حسن البيان أيضاً عدم السرعة في عرض الأفكار لأن ذلك يُعجِز الطرف الآخر فلا يستطيع التركيز والمتابعة، وكذا عدم البطء كي لا يمل.

ومن البيان ترتيب الأفكار بحيثلا تزحمْ الأفكار في ذهن المحاور، فيضطرب إدراكه وعلى المحاور ألا ينشغل بالفكرة اللاحقة حتّى ينهي الفكرة الأولى، وعليه ألا يظن أن أفكاره واضحة في ذهن محاوره كما هي واضحة في عقله هو. وعلى المحاور أن يعرف متى يتكلم ومتى ينصت ومتى يجيب بالإشارة، وعليه استخدام نبرة صوتٍ مريحة وهادئة، وعليه أن يتحكم في انفعالاته حتى لا تسقط على الصوت أثناء الحوار، وعليه أن يغضض من صوته وأن يتذكر دائما أن الحجة الواهية لا يدعمها أيٌّ صوتٍ مهما علا؛ فالحجة القوية غنية بذاتها عن كل صوت. ولا بأس بشيءٍ من الطرفة والدعابة الكلامية والرواية النادرة التي تجذب المحاور، مع وزن الكلمة قبل النطق، وكذا الحذر من الاستطراد. ومن البيان ألا يتعجل المحاور الردّ قبل الفهم لما يقول محاوره تماماً.

الحوار الفعال

الحوار الفعال هو الذي تتوافر فيه تلك الخصائص:

- البدء بنقاط الاتفاق كالمسلمات والبديهيات، وليجعل البداية هادئة وسلسة، تقدر المشاعر عند الطرف الآخر وعدم البدء بنقاط الخلاف لأنها تنسف الحوار نسفا مبكّراً
- جعل فقرة الافتتاح مسترعية انتباه محاوره، وأن يكون الحديث طبيعيا مبنيا على الفهم، وأن يعي المتحدث الهدف المراد الوصول إلية من الحوار.

- عدم استخدم كلمة " لا " خاصة في بداية الحوار، ولا يستعمل ضمير المتكلم أنا، ولا عبارة " يجب عليك القيام بكذا... " ولا عبارة " أنت مخطئ، وسأثبت ذلك.
- استخدم الوسائل المعينة والأساليب الحسية والمعنوية التي تساعده على توصيل ما يريد كالشعر وضرب الأمثال والأرقام والأدلة والبراهين مع تلخيص الأفكار والتركيز على الأكثر أهمية.
- ضبط الانفعالات، فعلى المحاور أن يكون حكيما يراقب نفسه بنفس الدرجة من اليقظة والانتباه التي يراقب فيها محاوره، وعليه إعادة صياغة أفكار محاوره وتصوراته وقسمات وجهه ورسائل عينيه، وعليه ألا يغضب إذا لم يوافقه محاوره الرأي.
- عدم إعلان الخصومة على المحاور كي لا يحال الحوار إلى جدل وعداء.
- المخاطبة ا بالاسم أو باللقب مع عدم المبالغة في ذلك.
- الإجابة بـ " لا أدري " أو" لا أعلم " إذا سئل المحاور عن مسألة لا يعرفها، وفي ذلك شجاعة نفسية بعدم التستر على الجهل الشخصي.
- الاعتراف بالخطأ وشكر المحاور الآخر على تنبيهه للمحاور الأول.
- تذكر في كل لحظة أن الحديث محاوره وليس مجادله لخصم
- عدم تضخّيم جانبا واحدا من الحوار على حساب جوانب أخرى.
- عدم التعالى بكلمة أو بإشارة أو بنظرة.

1) الإقنــاع

الإقناع: هو أي اتصال مكتوب أو شفوي أو سمعي أو بصري يهدف بشكل محدد إلى التأثير على الاتجاهات والاعتقادات أو السلوك. كما أنه القوة التي تستخدم لتجعل شخصاً يقوم بعمل ما عن طريق النصح والحجة والمنطق والإقناع يرتبط ارتباطا وثيقا بمهارة التحدث ويجب أن تتحقق فيه عدة معايير:

- اقتناع المتحدث بالفكرة.
- استخدم الكلمات ذات المعاني المحصورة.
- ترك الجدل العقيم الذي يقود إلى الخصام.
- تحليل الحوار إلى عنصرين أساسيين هما المقدمات المنطقية وهي تلك البيانات أو الحقائق أو الأسباب التي تستند إليها النتيجة، والنتيجة وهي ما يرمي الوصول إليها المحاور أو المجادل.
- اختيار العبارة اللينة الهينة، والابتعاد عن الشدة الإرهاب والضغوط وفرض الرأي.
- ربط بداية حديث المتكلم بنهاية حديث المتلقي لأن هذا سيشعره بأهمية كلامه لديك والاحترام.
- أظهر الفرح الحقيقي غير المصطنع - بكل حقيقة تذكر من قبل المتلقى.

2) التفاوض

يشير مصطلح التفاوض إلى أنه: موقف يتبارى فيه تعبيرياً طرفان أو أكثر من خلال مجموعة من العمليات لا تخضع لشروط محددة سلفاً حول موضوع من الموضوعات المشتركة، يتم في هذه المبادرة عرض مطالب كل طرف وتبادل الآراء، وتقريب وجهات النظر، ومواءمة الحلول المقترحة، وتكييف الاتفاق واللجوء إلى كافة أساليب الإقناع المتاحة لكل طرف لإجبار الطرف الأخر على القبول بما يقدمه من حلول أو اقتراحات، تنتهي باتفاق يتبادل بموجبه الأطراف للمواد المطلوبة، ويكون ملزماً اتجاه أنفسهم وتجاه الغير.

المفاوض الجيد يجب أن يكون ذو(عقلية لماحة.، صبر بلا حدود، قدرة على الإخفاء المؤقت للآراء والحقائق دون كذب.، مرونة وسلاسة، مع الحسم عند اللزوم.، قدرة على الربط بين الموضوعات والعلاقات المطروحة للمناقشة.)

3) الإفصاح عن الذات

هو فعل نابع عن كل من العقل الواعي والعقل اللاواعي والذي يعني الكشف عن مزيد من المعلومات حول الذات للآخرين. وقد يشمل هذا الأمر، على سبيل المثال لا الحصر، الأفكار والمشاعر والتطلعات والأهداف
والفشل والنجاح والمخاوف والأحلام، وكذلك الأمور التي يحبها الإنسان والأمور التي يكرهها وما يفضله إن الإفصاح عن الذات هو حجر بناء مهم للغاية للوصول إلى الألفة والحميمية في علاقاتنا بالآخرين، إذ إنه لا يمكن تحقيق تلك الدرجة العالية من الألفة دونه. وفي الغالب، نتوقع أن يكون الإفصاح عن الذات أمرا متبادلا وأن يتم بالدرجة المناسبة..

مهارة الاستماع

توجد مفاهيم ترتبط بمهارة الاستماع:

السماع : مجرد التقاط الأذن لذبذبات صوتية من مصدرها دون إعارتها أي انتباه، وهو عملية سهلة غير معقدة، تعتمد على فسيولوجية الأذن، وسلامتها العضوية، وقدرتها على التقاط الذبذبات .

الإنصات : تركيز الانتباه على ما يسمعه الإنسان من أجل تحقيق غرض معين .

الاستماع : مهارة معقدة يعطي فيها الشخص المستمع المتحدث كل اهتماماته، ويركز انتباهه إلى حديثه، ويحاول تفسير أصواته، وإماءاته، وكل حركاته، وسكناته .

من المفاهيم السابقة نستنتج أن السماع عملية فسيولوجية تولد مع الإنسان وتعتمد على سلامة العضو المخصص لها وهو الأذن، في حين يكون الإنصات والاستماع مهارتين مكتسبتين، والفرق بين الإنصات والاستماع : اعتماد الأول على الأصوات المنطوقة ليس غير بينما يتضمن الاستماع ربط هذه الأصوات بالإيماءات الحسية والحركية للمتحدث وبالتالي يعرف الاستماع الفعال هو اختيار المستمع ما يهمه من معلومات وبيانات مما يصل إلى الاستماع الإيجابي، وهي طريقة فعّالة في التشجيع على استمرارية الحوار بالإيجابية وهي تنمّي العلاقة بين المتحاورين. ويحتاج الاستماع الإيجابي إلى رغبة حقيقية في الاستماع تخدم الحوار، وفي ذلك تعلّم الصبر وضبط النفس، وعلاج الاندفاعية وتنقية القلب من الأنانية الفردية، والاستماع الإيجابي يؤدّي إلى فهم وجهة نظر الآخرين وتقديرها ويعطي مساحة أكبر في فهم الآخرين. سمعه، والاستماع الماهر قد يكون الاستماع بهدف الحصول على المعلومات، أو الاستماع النقدي أو الاستماع العاطفي، أو الاستماع بهدف الاستمتاع . التوكيدية:

أو توكيد الذات مهارة سلوكية لفظية وغير لفظية، تتضمن تعبير الإنسان عن مشاعره الإيجابية والسلبية بصورة ملائمة ومقاومة للضغوط التي يمارسها الآخرون، لإجباره على إتيان ما لا يرغبه أو الكف عن فعل ما يرغبه. والتوكيدية بهذا المعنى تقوم على القدرة على التعبير عن الأفكار والمشاعر بطريقة تفصح عن احتياجات المرء، وتحافظ على خطوط الاتصال مفتوحة مع الآخر تتضمن التوكيدية بعض الميكانيزمات المهمة في التفاعلات الاجتماعية، مثل الدفاع عن الحقوق الشخصية المشروعة في المواقف المختلفة، في الأسرة، وفي محيط العمل، وكذلك العلاقات الاجتماعية مع الأقارب أو الغرباء، وغير ذلك. أيضًا القدرة على التعامل مع الصراعات الاجتماعية بحكمة عبر التفاوض، والإقناع، والاستجابة للإقناع، والحلول الوسط،كما أن القدرة على اتخاذ القرارات المناسبة في المواقف الاجتماعية تعتبر من الخصائص الواضحة للشخص التوكيدي، ذلك أنه يتصرف حسب مقتضيات الموقف لتحقيق النجاح دون الإضرار بحقوق الغير، وأيضًا لأنه يتصرف من منطلق مواطن القوة في شخصيته؛ لكي لا يكون ضحية أخطاء الغير أو الظروف. وبناء على ذلك، فإن المبادرة ببدء، والاستمرار في، وإنهاء التفاعلات الاجتماعية، والدفاع عن الحقوق ضد مَن يحاول انتهاكها، شريطة عدم انتهاك حقوق الآخرين، آليات الشخص التوكيدي التي يستخدمها في تفاعلاته الاجتماعية.

التعاطف

التعاطف هو إسقاط الإنسان مشاعره الخاصة على حادث أو شيء أو أمر جمالي. والتعاطف يعني أيضا تفهّم مشاعر الشخص الآخر وحاجاته وآلامه، والتعاطف هو القدرة على فهم وإدراك الحالة النفسية لشخص آخر.

يعرف روجرز (Rogers,(1982) حالة التعاطف بأنها القدرة على الإحساس بمشاعر الآخرين وفهم معنى هذه المشاعر دون فقد النّفس، بمعنى الإحساس بمشاعر شخص آخر - سعادة أو حزن أو غضب ...الخ - كما يحسّها، وإدراك الأسباب الحقيقية خلفها دون فقد للمشاعر والأحاسيس الشخصية.

فالتعاطف يعني الدخول إلى العالم الداخلي لشخص آخر كما لو كانت النّفس، فالتعاطف يقتضي من المتعاطف أن يكون شخصا حسّاسا لحظة بلحظة، ومدركا للأسباب الكامنة وراء المشاعر، والتعايش مع الشخص، وعدم الحكم على مشاعره - جيدة أو سيئة، صحيحة أو خاطئة - وإشعاره بكل ذلك ومن هذا المنطلق يرى (عثمان ،1977) أن للتعاطف ثلاثة عناصر أساسية هي:

- الشفافية الحسّية أو دقة الحس.
- مهارة تفسيرية لمعنى الأحاسيس.
- الاستجابة المناسبة لها.

فالشفافية الحسّية تعني القدرة على الإحساس بمشاعر الطرف الآخر الظاهرة وغير الظاهرة، فلا يكفي أن يدرك المتعاطف مشاعر الطرف الآخر

الظاهرة سواء أكانت غضبا أو خوفا والتي يمكن ملاحظتها بسهولة من خلال العلامات الخارجية، بل عليه أن يستشف المشاعر الحقيقية المختفية خلف الأساليب الدفاعية المختلفة.

أما المهارة التفسيرية لهذه المشاعر فتعني تفسير المشاعر وربطها بموقف الطرف الآخر، والظروف والأوضاع الصحية والنفسية والاجتماعية

والاقتصادية المحيطة به، فبدون هذا التفسير يصبح التعاطف مهارة سلبية أشبه بالرصد الفلكي الذي يرصد ما يراه دون تحليل أو تفسير، أو من يلاحظ التجربة العلمية دون تفسير وتحليل لنتائجها.

وأخيراً فإن الاستجابة لمشاعر الطرف الآخر وأفكاره هي العملية التي تعقب عمليتي الإدراك والتفسير. وهي مهارة تعتمد إلى حد كبير على قدرة المتعاطف للتعبير سواء باللفظ**verbally**أو الحركة أو الإشارة **nonverbally** ويختلف الأشخاص في أسلوب استجاباتهم تبعا لاختلاف سنهم ومستوى تعليمهم وتوجهاتهم.

ويشترط لاستخدام التعاطف كوسيلة للتدخل في الجوانب النفسية والاجتماعية مراعاة عنصرين أساسيين هما:

- أن يكون المختص قادرا على اختبار وفهم مشاعر العميل كما يخبرها.
- أن يكون المختص قادرا على الفصل بين مشاعر عميله ومشاعره الشخصية وألا تصبح مشاعر العميل جزء من مشاعره.

فمتى ما راعى المختص هذين العنصرين أصبح التعاطف ذا فائدة كبيرة.

وينبغي التفريق بين التعاطف والعطف حيث أن العطف يعني الشفقة والذي قد يفسّره البعض بالعجز والضعف من جانبهم، وفيه ينكر الفرد العاطف ذاته. أما التعاطف فيستلزم أن يكون الشخص قادرا عقليا وانفعاليا على فهم عالم الشخص الآخر وإيصال هذا الفهم إليه.

ويؤكد كثير من المختصين على أن الفرق بين العطف والتعاطف يرتبط بالعقل والوجدان ففي العطف يطغى الجانب الوجداني، فعندما يجد الشخص حزين يحزن معه ولا يقدّر تلك المشاعر أو يتفاعل معها، أما التعاطف فيرتبط

بالعقل بدرجة أكبر حيث يدرك المتعاطف وضع وحالة الفرد ويعمل على مساعدته للتعامل مع حالته الراهنة، وبالتالي يساعده على النمو واكتساب المهارات والقدرات المختلفة

وكتب كارل روجرز (1975) أن " حالة التعاطف معناها إدراك الإطار المرجعي الداخلي للآخر بدقة مع اقترانه بالمكونات والوسائل الانفعالية التي تفيد كما لو كان المرء محل هذا الشخص الآخر، بشرط أن لا يتم التوحد التام مع هذه الحالة (Carl Rogers,1975,Quoted in Gallo,1989)" ويعرف قاموس التراث الأمريكي للغة الإنجليزية التعاطف بأنه " فهم/ تفهم المرء الحميم لمشاعر، أفكار، ودوافع شخص آخر."

وبالإضافة إلي المشاركة في انفعالات ومشاعر الآخرين ودقة فهم أبعاد التعاطف، يركز كتاب آخرون أيضًا على تعبير المرء عن التعاطف مع الآخرين من خلال سلوكيات تُنْقَلُ إلي الشخص الآخر لِتُعْلِمهُ بأننا نتفهم إطاره المرجعي الداخلي ونتقبله ونتجاوب معه. وبالتالي هناك بعض التعاريف للتعاطف تتضمن هذا العنصر منها الوصف العام الذي قدمه هاينز وأفري 1979 للتعاطف والذي

مفاده أن التعاطف: القدرة على إدراك وفهم أفكار ومشاعر شخص آخر، ونقل هذا الفهم بصورة دقيقة من خلال استجابات التقبل والتقدير (Haynes&Avery,p527) وربما تتضمن هذه الاستجابة تأكيدًا لفظيًا للفهم و/ أو نظرة مساندة ولغة جسد وسلوك اجتماعي إيجابي مثل المشاركة في الأمتعة أو تقديم مساعدة.

مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي

لقد شهدت مواقع التواصل الاجتماعي على الانترنيت انتشارا واسعا خلال السنوات الأخيرة وتعددت و تنوعت محاولة تقديم العديد من الخدمات وتحقيق

مختلف الإشباعات لمستخدميها ويأتي في مقدمتها موقع فيسبوك، تويتر، يوتيوب، واتس اب وغيرها، وتعددت تعريفات مواقع التواصل الاجتماعي، وتختلف من باحث إلى آخر، حيث يعرفها "بالاس" « BALAS » 2006 على" إنها مواقع تستخدم لبناء مجتمعات افتراضية على شبكة الانترنيت تمكن للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض للعديد من الأسباب المتنوعة".

مواقع شبكة التواصل الاجتماعي :

مفهوم "مواقع التواصل الاجتماعي" مثير للجدل، نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته. عكَس هذا المفهوم، التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأُطلــق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

الإعلام الاجتماعي:

"وهو المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقَل بين طرفين أحدهما مرسِل والآخر مستقبِل، عبر وسيلة/ شبكة اجتماعية، مع حرية* الرسالة للمرسِل، وحرية التجاوب معها للمستقبِل."

وتشير أيضاً إلى: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المنافع والمعلومات، وهي بيئة تسمح للإفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "منظومة من الشبكات الإلكترونيّة التي تسمح للمشترك فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.

ويعرفها "بريس" « preece » و مالوني كريشمار maloney krichmar (2005) مواقع التواصل الاجتماعي على أنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عدد من القواعد والمعايير التي تقترحها المواقع وتعرّف على أنها مواقع الانترنيت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها بيسر وبسهولة.

ويعرفها الحسيني،2012 بأنها خدمات يتم إنشاؤها وبرمجتها من قبل شركات كبري لجمع اكبر عدد من المستخدمين والأصدقاء ومشاركة الأنشطة والاهتمامات وللبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين يتشاركون معهم بأحدي الاشتراكات الفكرية أو غيرها وتوفر هذه الخدمات ميزات مثل المحادثة الفورية والتراسل العام والخاص ومشاركة الوسائط المتعددة من صوت وصورة وفيديو والملفات وقد استقطبت هذه الخدمات ملايين المستخدمين من شتي بلاد العالم.

ويعرّفها "زايد" على أنها تجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنيت عندما يدخل عدد كاف من الناس في مناقشات عبر فترة كافية من الزمن، يجمع بينهم شعور إنساني كاف، بحيث يشكلون مواقع للعلاقات الشخصية عبر الفضاء الالكتروني. وعرّفت أيضا على أنها تلك المجتمعات الافتراضية وتجمعات اجتماعية تظهر عبر شبكة الانترنيت، تشكلت في ضوء ثورة الاتصالات الحديثة، تجمع بين ذوي الاهتمامات المشتركة بحيث يتواصلون فيما بينهم ويشعرون كأنهم في مجتمع حقيقي.

كما تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنيت تتيح للمشترك فيها إنشاء موقع خاص فيه ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم نفس الاهتمامات أو جمعه مع أصدقاء الجامعة أو الثانوية أو غير ذلك . وهو أيضا مصطلح يطلق على مجموعة من المواقع على شبكة الانترنيت ظهرت مع الجيل الثاني "للويب"، الذي يتيح التواصل بين الأفراد في بيئة مجتمع افتراضي يجمعهم حسب مجموعات اهتمام أو شبكات انتماء (بلد، جامعة، شركة،...)، كل هذا يتم عن طريق خدمات التواصل المباشر من إرسال الرسائل أو الاطلاع على الملفات الشخصية للآخرين ومعرفة أخبارهم ومعلوماتهم التي يتيحونها للعرض.

تقوم الفكرة الرئيسية للشبكات الاجتماعية على جمع بيانات الأعضاء المشتركين في الموقع ويتم نشر هذه البيانات بشكل علني حتى يجتمع الأعضاء ذوي المصالح المشتركة والذين يبحثون عن ملفاتأو صور...الخ، أي أنها شبكة مواقع فعّالة تعمل على تسهيل الحياة الاجتماعية بين مجموعة من المعارف والأصدقاء، كما تمكن الأصدقاء

القدامى من الاتصال ببعضهم البعض وبعد طول سنوات تمكنهم أيضا من التواصل المرئي والصوتي وتبادل الصور وغيرها من الإمكانات التي توطد العلاقة الاجتماعية بينهم.

وتعرف مواقع التواصل الاجتماعي أيضا على أنها منظومة من الشبكات الالكترونية عبر الانترنيت تتيح للمشترك فيها إنشاء موقع خاص فيه ومن ثم ربطه من خلال نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات والهوايات نفسها.

وتضع كلية "شريديان التكنولوجية « **cheridan** » تعريفا إجرائيا للإعلام الجديد بأنه: " أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي

وتفاعلي ويعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه و هي أهم سماته.

وتعرف على أنها تلك المواقع الاجتماعية التي تتيح لمتصفحيها إمكانية مشاركة الملفات والصور وتبادل مقاطع الفيديو، وكذلك مكنتهم من إنشاء المدونات الالكترونية، و إجراء المحادثات الفورية، وإرسال الرسائل، وتصدرت الشبكات الاجتماعية هذه ثلاثة مواقع هامة ورئيسية هي : "الفيسبوك" "تويتر"، وموقع مقاطع الفيديو "اليوتيوب". فقد أصبحت الوسيلة الأساسية لتبادل المعلومات والأخبار الفورية في متابعة مسار وتطورات الأحداث.

ومواقع التواصل الاجتماعي بشكل مبسط هي عملية تساعد الأفراد علي التواصل مع عدد كثير من الناس (أقارب، زملاء، أصدقاء باحثين،...) عن طريق مواقع وخدمات الكترونية توفر سرعة توصيل المعلومات وتبادل للآراء والأفكار والتعليق عليها، وتبادل التهنئة في المناسبات العامة والخاصة على نطاق واسع فهي مواقع لا تعطيك معلومات فقط بل تتزامن وتتفاعل معك أثناء إمدادك بتلك المعلومات في نطاق شبكتك وبذلك تكون أسلوب لتبادل المعلومات بشكل فوري عن طريق شبكة الانترنت.

وتعرف على أنها المواقع الالكترونية التي توفر فيها تطبيقات الانترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين ، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الانترنيت.

وتعتبر شبكات التواصل الاجتماعي الفيس بوك **face book** والتويتر **TWITTER** وجوجل **+ GOOGLE PLUSE** وماي سيبس **MY SPACE** وهاي فاي **HI5** ولايف بورن **LIFE BOON** ولينكد ان **LINKED IN** وغيرها من أشهر المواقع التي تقدم خدمات للمستخدمين وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم، ونعرف بعضا منها:

الفيسبوك: face book :وهو موقع الكتروني للتواصل الاجتماعي، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه وأن يعزّز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، وإنشاء روابط تواصل مع الآخرين.

التويترTWITTER :وهو إحدى شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ولعبت دورا كبيرا في الأحداث السياسية

في العديد من البلدان و خاصة الشرق الأوسط، واخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني "التغريد" واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى140 حرفا للرسالة الواحدة، ويجوز للمرء أن يسميها نصا ، ويمكن لمن لديه حساب في موقع تويتر أن يتبادل مع أصدقائه تلك التغريدات أو التويترات من خلال ظهورها على صفحاتهم الشخصية أو في حالة دخولهم على صفحة المستخدم صاحب الرسالة، وتتيح شبكة تويتر خدمة التدوين المصغرة، وإمكانية والردود والتحديثات عبر البريد الالكتروني ، كذلك أهم الأحداث من خلال خدمة « RSS » عبر الرسائل النصية « SMS ».

اليوتيوب youtube : اختلفت الآراء حول موقع "يوتيوب" وما إذا كان هذا الموقع شبكة اجتماعية أو لا، حيث تميل بعض الآراء إلى اعتباره موقع مشاركة الفيديو « video sharing site »، غير أن تصنيفه كنوع من مواقع التواصل الاجتماعي نظرا لاشتراكه معها في عدة من الخصائص جعلنا نتحدث عنه كأهم هذه المواقع نظرا للأهمية الكبيرة التي يقوم بها في مجال نشر الفيديوهات واستقبال التعليقات عليها ونشرها بشكل واسع.

أي أن اليوتيوب موقع الكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل و تنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.

خصائص شبكات التواصل الاجتماعي :

تشترك الشبكات الاجتماعية في خصائص أساسية بينما تتمايز بعضها عن البعض بمميزات تفرضها طبيعة الشبكة ومستخدميها ومن أبرزها:

1. الملفات الشخصية أو الصفحات الشخصية « profile page »:

ومن خلال الملفات الشخصية يمكن التعرف على اسم الشخص، ومعرفة المعلومات الأساسية عنه كالجنس، وتاريخ الميلاد، والاهتمامات والصور الشخصية...بالإضافة إلى غيرها من المعلومات، ويعد الملف الشخصي بوابة الدخول لعالم الشخص، فمن خلال الصفحة الرئيسية للملف الشخصي يمكن مشاهدة نشاط الشخص مؤخرا، ومعرفة من هم أصدقاءه وما هي الصور الجديدة التي وضعها...إلى غير ذلك من النشاطات.[1]

2. المشاركة «participation»:

وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعلمن الأشخاص المهتمين، حيث أنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

3. الانفتاح « openness »:

معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات حيث أنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

4. المحادثة « conversation » :

حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ووسائل الإعلام الاجتماعي عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.[2]

5. الأصدقاء/ العلاقات « friends/connections »:

وهم بمثابة الأشخاص الذين يتعرف عليهم الشخص لغرض معين، حيث تطلق المواقع الاجتماعية مسمى "صديق" على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء بينما تطلق بعض المواقع الاجتماعية الخاصة بالمحترفين مسمى"اتصال" أو "علاقة" « contecte » على الشخص المضاف للقائمة.

6. إرسال الرسائل:

تتيح هذه الخاصية إمكانية إرسال رسائل مباشرة للشخص سواء كان في قائمة الأصدقاء أم لم يكن.

7. ألبومات الصور« albums » :

تتيح الشبكات الاجتماعية لمستخدميها إنشاء عدد لانهائي من الألبومات ورفع مئات الصور عليها، وإتاحة مشاركة هذه الصور مع الأصدقاء للاضطلاع والتعليق عليها .

8. **المجتمع « community »:**

وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعا الكترونيا متقاربا.

المجموعات « groups »:

تتيح الكثير من المواقع الاجتماعية خاصية إنشاء مجموعة اهتمام،حيث يمكن إنشاء مجموعة بمسمى معين وأهداف محددة، ويوفر الموقع الاجتماعي لمالك المجموعة والمنضمين إليها من ساحة أشبه ما تكون بمنتدى حوار مصغر والبوم صور مصغر، كما تتيح خاصية تنسيق الاجتماعات عن طريق ما يعرف « events »، أو الأحداث ودعوة أعضاء تلك المجموعة له وتحديد عدد الحاضرين و الغائبين.

9. **الترابط « connecteness »:**

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها

صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضاً مثل خبر ما على مدونة فيعجبك فترسلك إلى معارفك على فيسبوك، وهكذا مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.[1]

10.الصفحات « pages »:

ابتدع هذه الفكرة موقع (الفيسبوك)، واستخدمها تجاريا بطريقة فعالة، حيث يعمل حاليا على إنشاء حملات إعلامية موجهة، تتيح لأصحاب المنتجات التجارية أو الفعاليات توجيه صفحاتهم و إظهارها لفئة يحددونها من المستخدمين، ويقوم (الفيسبوك) باستقطاع مبلغ عن كل نقرة يتم الوصول لها من قبل أي مستخدم قام بالنقر على الإعلان، إذ تقوم فكرة الصفحات على إنشاء صفحة يتم فيها وضع معلومات عن المنتج أو الشخصية أو الحدث، ويقوم المستخدمون بعد ذلك بتصفح تلك الصفحات عن طريق تقسيمات محددة، ثم إن وجدوا اهتماما بتلك الصفحة يقومون بإضافتها إلى ملفهم الشخصي.

دوافع استخدام مواقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دوافع تجعل الفرد ينتقل من العالم الواقعي إلى العالم الافتراضي وينشأ حسابا واحدا له على الأقل في إحدى مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين أهم العوامل التي تدفع بمختلف الأفراد وخصوصاً الشباب للاشتراك في هذه المواقع ما يلي:

1. المشاكل الأسرية:

تشكل الأسرة الدرع الواقي للفرد حيث توفر له الأمن والحماية والاستقرار والمرجعية، ولكن في حالة افتقاد الفرد لهذه البيئة المتكاملة ينتج لديه نوع من الاضطراب الاجتماعي الذي يجعله يبحث عن البديل لتعويض الحرمان الذي قد يظهر مثلا في غياب دور الوالدين أو أحدهما بسبب مشاغل الحياة أو التفكك الأسري.

2. الفراغ:

يعد الفراغ الذي ينتج عن سوء إدارة الوقت أو حسن استغلاله بالشكل السليم الذي يجعل الفرد لا يحس بقيمته ويبحث عن سبيل يشغل هذا الوقت من بينها مواقع التواصل الاجتماعي حيث أن عدد التطبيقات اللا متناهية الذي تنتجه شبكة الفيسبوك مثلا لمستخدميها ومشاركة كل مجموعة أصدقاء بالصور والملفات الصوتية يجعل الفيسبوك خاصة وشبكات التواصل الاجتماعي عامة أحد الوسائل ملء الفراغ وبالتالي يصبح كوسيلة للتسلية وتضييع الوقت عند البعض منهم.

3. البطالة:

تعتبر عن عملية الانقطاع وعدم الاندماج المهني الذي يؤدي لدعم الاندماج الاجتماعي والنفسي ومنه إلى الإقصاء الاجتماعي الذي هو نتيجة تراكم العوائق والانقطاع التدريجي للعلاقات الاجتماعية وهي من أهم المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها الفرد والتي تدفعه لخلق حلول للخروج من هذه الوضعية التي يعيشها حتى وإن كانت هذه الحلول افتراضية، فهناك من تجعل منه البطالة واستمراريتها شخصا ناقما على المجتمع الذي يعيش فيه باعتباره لم يوفر له فرصة للعمل والتعبير عن قدراته وايديولوجياته كربط علاقات مع أشخاص افتراضيين من أجل الاحتيال والنصب.

4. الفضول :

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي عالما افتراضيا مليئا بالأفكار والتقنيات

المتجددة التي تستهوي الفرد لتجريبها واستعمالها سواء في حياته العلمية أو العملية أو الشخصية، فمواقع التواصل الاجتماعي تقوم على فكرة الجذب وإذا ما توفرت ثنائية الجذب والفضول تحقق الأمر.

5. التعارف و تكوين الصداقات:

سهّلت مواقع التواصل الاجتماعي تكوين الصداقات حيث تجمع هذه الشبكات بين الصداقات الواقعية والصداقات الافتراضية فهي توفر فرصة لربط علاقات مع أفراد من نفس المجتمع أو من مجتمعات أخرى مختلفة بين الجنسين أو بين أفراد الجنس الواحد.

6. التسويق أو البحث عن وظائف:

في الواقع مواقع التواصل الاجتماعي لم تعد لمجرد التعارف بل أصبحت أداة تسويقية قوية وفعالة للغاية لأصحاب الأعمال، كونها منخفضة التكاليف، وتضمن سهولة الاتصال بها داخل و خارج مقر العمل، بالإضافة إلى سهولة الانضمام إليها والاشتراك بها.

كما تتمتع بقابلية التصميم والتطوير، وتصنيف المشتركين حسب العمر والجنس والاهتمامات والهوايات وسهولة ربط الأعمال بالعملاء وأيضا ربط أصحاب العمل بطالبي العمل وانتشار المعلومة واستثمارها.

فتجربة التسويق عبر الشبكات تزيد من التواصل مع المستهلكين ومع الكفاءات كما أنها أصبحت من بين الوسائل للبحث عن وظائف وفرص التطوير الوظيفي وتبادل الخبرات والكفاءات كما هو الحال في شبكة لينكدان.

فمن خلال عرض لأهم العوامل التي تدفع بالأفراد للإقبال الكبير للاشتراك في شبكات التواصل الاجتماعي نجد أن هناك من يستخدمها بدافع

التعلم وتوسيع المعارف والمهارات الشخصية والحياتية، مناقشة قضايا المجتمع، التعبير عن الآراء بحرية والتنفس عن الذات ...، بالإضافة إلى مجموعة من الأسباب التي لم يسعنا ذكرها جميعا.[1]

التأثيرات الايجابية و السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي :

1. التأثيرات الايجابية:

بلا أدنى شك أن تكنولوجيا شبكات التواصل الاجتماعي ومواقع التواصل أضفت بعدا ايجابيا جديدا على حياة الملايين من البشر من إحداثها لتغييرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها،

ومن أهم هذه الآثار الايجابية :

- نافذة مطلة على العالم: حيث وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره.
- فرصة لتعزيز الذات: فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية،يصبح لك كيان مستقل وعلى الصعيد العالمي.

- أكثر انفتاحا على الآخر : إن التواصل مع الغير، سواء أكان دلك الغير مختلف عنك في الدين و العقيدة والثقافة والعادات والتقاليد، واللون والمظهر والميول، فإنك قد اكتسبت صديقا ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى.
- منبر للرأي و الرأي الآخر: إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن
فكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالمجال مفتوح أمام حرية التعبير مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي أداة قوية للتعبير عن الميول والاتجاهات والتوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصيرية.[2]
- التقليل من صراع الحضارات: فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية، ولكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوة الثقافية والحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع وكذلك تبيان وتوضيح الهموم العربية للغرب بدون زيف الإعلام ونفاق السياسة، مما يقضي في النهاية على تقارب فكري على صعيد الأشخاص فالجماعات والدول.
- تزيد من تقارب العائلة الواحدة: فاليوم ومع تطور تكنولوجيا التواصل فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأنها أرخص من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة.

- تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة: حيث بإمكانك من خلال هذه المواقع أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة، وقد ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلات فقدت أبناءها إما بسبب التبني أو الاختطاف أو الهجرة، فيتم العثور على الأبناء.

2. التأثيرات السلبية:

مثلما يوجد آثار ايجابية لمواقع التواصل الاجتماعي فإنه لها أثار سلبية أيضا فهي سلاح ذو حدين، ومن تلك الآثار السلبية:

- يقلل من مهارات التفاعل الشخصي: فمع سهولة التواصل عبر هذه المواقع فإن ذلك سيقلل من زمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة لهذه المواقع، وكما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الالكتروني، ففي الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تخلق محادثة شخص ما فورا وأن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر.[1]
- إضاعة الوقت: حيث أنها مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمشتركين، قد تكون جذابة جدا لدرجة تنسى معها الوقت.

- **الإدمان على مواقع التواصل: إن استخدامها خاصة من قبل ربات البيوت والمتقاعدين، يجعله-بسبب الفراغ- أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية، وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله أمراً صعباً للغاية خاصة وأنها تعد مثالية من ناحية الترفيه لملء وقت الفراغ الطويل.**
- **قلة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغير الترفيه من قبل مجتمعاتنا العربية.**
- **ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل: حيث أن العولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين.**
- **انعدام الخصوصية: تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافة إلى ما يبثه من هموم، ومشاكل قد تصل بسهولة إلى يد أشخاص قد يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير.**

- الصداقات قد تكون مبالغا فيها أو طاغية في بعض الأحيان: فجميع الأشخاص الذين تعرفهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي نضيفهم كأصدقاء وهو لقب غير دقيق، لأن الصداقة تتشكل مع الزمن وليس فورا، ففيه نوع من النفاق.
- انتحال الشخصيات: تبقى مجهولة المصدر الحقيقي خلف مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي دافعا أحيانا إلى مستخدميها في الابتزاز وانتحال الشخصية ونشر المعلومات المضللة وتشويه السمعة،أو في الجريمة كالدعارة أو السرقة أو الاختطاف.
- تراجع استخدام اللغة العربية الفصحى لصالح العامية: أضحى استخدام مزيج من الحروف والأرقام اللاتينية بدل الحروف العربية الفصحى خاصة على شبكات التعارف والمحادثة فتحولت حروف اللغة العربية إلى رموز وأرقام باتت الحاء "7" والعين "3" وهذا ما أكدته دراسة علي صلاح محمود بعنوان "ثقافة الشباب العربي".

النظريات المفسرة لمواقع التواصل الاجتماعي:

توجد عدة دراسات قد أشارت لضياع مفهوم المجتمع المحلي أو الواقعي في تحولات التحديث للمجتمعات البشرية، وبخاصة الدراسات التي ظهرت على يد كل من ماركس ودوركايم أو غيرهما، وذلك بناءا على تحليلات علم الاجتماع التقليدي classical sociology الأمر الذي تفاقم في مظاهر التحول والانتقال إلى مجتمعات ما بعد الحداثة كما يقول فوستر 1973 إن علم الاجتماع الحديث يشير إلى ضياع هذا المفهوم خصوصا في المجتمعات الغربية الحديثة والذي عرفه جورج هيلري بعد فحصه لنحو 94 تعريفاً

سيسيولوجياً وإخضاعها للتحليل الكيفي والكمي واستخلاصه لهذا التعريف على أنه "مجموعة من الناس يشتكون في تفاعل اجتماعي وبغض الروابط المشتركة بينهم، ويشتركون في الوقت في مساحة ما على الأقل لبعض الوقت.[1]

إذن تجد في هذا التعريف خمس عناصر أساسية لتشكل المجتمع المحلي والمتمثلة في المجتمع: التفاعل، الروابط، المكان، الزمان. وعليه فإن التمثيل الرقمي لحركة شبكات التواصل الاجتماعي على الانترنيت والويب تحديداً أصبح يحوي مختلف الظواهر الاجتماعية بشكل الكتروني شاملا بذلك التفاعل الاجتماعي برمته على مستوى الأفراد والجماعات والمنظمات وأيضاً المنتجات المعرفية والخدمية بأنواعها والاتصال والنماذج البنائية للمجتمعات الافتراضية التي أصبحت جميعها تتمثل بشكل رقمي مجرد على الشبكة.

النظرية البنائية:

وهي مقاربة اجتماعية تبحث عن عولمة العلاقات الاجتماعية وشبكات التواصل الاجتماعي حسب هذا الاتجاه هي مجموعة من العلاقات التي يكونها مجموعة من الأفراد وتكون ذات نمط خاص و نوعي على سبيل المثال (التعاون، النصح، الرقابة) بين مجموعة من الفاعلين، وعليه فإن تحليل هذه الشبكات يقوم على منهجية لوصف عولمة البناء التفاعلي لهذا المجتمع.

فمواقع التواصل الاجتماعي قد جعلت علاقات الأفراد أكثر تداخلا واعتماد بعضها على بعض مما كان عليه الأمر في الماضي، حيث أصبح

كل فرد يعيش في الساحة الخلفية للآخر، فشبكة الترابط ونقاط الوصل الاجتماعية والسياسية والاقتصادية التي تتقاطع خطوطها وتتجاوز الحدود تؤثر تأثيراً حاسما على الأفراد المشاركين فيها، فنحن نعيش اليوم في عالم تزايد فيه اعتمادنا المتبادل مع الآخرين حتى لو كانت الأطراف الأخرى في هذا التشابك المتبادل تعيش على بعد آلاف الأميال منا.

نظرية الحلقة الاجتماعية:

"هي مقاربة تقوم على وصف وربط الشبكات من خلال صفات وسمات داخلية (داخل الشبكة).

فمواقع التواصل الاجتماعي وفق هذه النظرية هو تفاعل مجموع المستخدمين لهذه الشبكة مع بعضهم وفق رموز وشفرات معينة، قواعد توفرها لهم هذه المواقع ما ينجم عنه نظام معرفي داخلي خاص بهذه الأخيرة.

فالتفاعلات الاجتماعية في مواقع التواصل الاجتماعي هي إطار مترابط العناصر من الأغراض والأهداف والحاجات المشتركة بين الأعضاء، وأيضاً اللوائح و القواعد والسياسات المتبعة والأنماط التي تفرز من خلال هذه التفاعلات بما يدعم الثقافة المشكلة، سواء أكانت في أصولها لدى المشاركين أو إفرازاتها من جراء التفاعلات الجديدة في هذه البيئة العلائقية التي تكونت في المجتمع الافتراضي.

حيث تتعمق الحلقات الاجتماعية بثلاث سمات وهي:

- التماسك الداخلي والذي يمثل قوة العلاقات بين الأفراد والأعضاء المشكلين للحلقة الاجتماعية.
- الهوية التي تميز حلقة اجتماعية عن الأخرى.
- تكامل الأدوار بين الأعضاء المشكلين لهذه الحلقة أو هذا التشابك الاجتماعي كما أن الأفراد قد ينتمون لعدة شبكات اجتماعية أو لحلقات اجتماعية.

نظرية الشبكة الاجتماعية:

" هي نظرية تتناول بالفحص والكشف والدرس نماذج و خصائص الروابط الاجتماعية وعلاقاتها بحياة الأفراد والمنظمة الاجتماعية".[1]

وتستخدم هذه النظرية إطار الدراسة كيف يرتبط الناس بعضهم ببعض، من خلال أواسط شبكات الحواسيب وتتضمن هذه الخصائص تركيب الشبكات، وحجم الشبكات، ومدى الشبكة والتردد الاتصالي بين الناس وكثافة الروابط المتبادلة بين الأشخاص وخصائص الأعضاء وتاريخ الشبكة والمورد المتاح للشبكة كما أشار إلى ذلك ويهان وفرانك.

نظرية رأس المال الاجتماعي الافتراضي:

لقد ترادف مع ظهور الثورة الاتصالية المعلوماتية ثورة مناظرة في المفاهيم منها الانترنيت وخصوصا مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أعادت هذه الأخيرة التشكلات التفاعلية التي ظهرت في إطار ما يمكن تسميته بإعادة المفاهيم على نحو افتراضي، ومن هذه المفاهيم رأس المال الاجتماعي في سياقه الافتراضي.

فهذه النظرية ترى أن رأس المال الاجتماعي على الصعيد الافتراضي يتأسس بناء على شبكة من الارتباطات بين أفراد التفاعلات الافتراضية المنتشرة في مواقع التواصل الاجتماعي،

إذ أن المجال الافتراضي يتأسس عبر تفاعلات الانترنيت التي تشكل آلية التواصل لتحقيق رأس المال الاجتماعي الافتراضي،" وذلك عبر عدة من الخصال والسمات طرحها وهي التبادل المعلوماتي و الدعم الاجتماعي".[1] فأما الأولى فيقصدان بها المجال الذي يساهم في حل المعضلات ذات الأبعاد التقنية و الاجتماعية، في حين أن العنصر الثاني ويعنيان به الدعم الذي يستفيد به الفرد من خلال امتلاكه شبكة من العلاقات عبر تفاعلات المجتمع الافتراضي.

فقوة رأس المال الافتراضي مستمدة من شبكة العلاقات التي تتم في رحاب الانترنيت أو بالأحرى في شبكات التواصل الاجتماعي، والتي تقوم على المصالح المتجانسة والتي يمكن الاستفادة منها في تحقيق مصالح متبادلة بين الأعضاء من ذوي الاهتمامات الواحدة، وتجدر الإشارة إلى أن تفاعلات المجتمع الافتراضي - مواقع التواصل الاجتماعي - لا ترتبط بوقت معين وهذا يعطي رصيد اكبر لشبكة العلاقات .

فعنصر العلاقات المتبادلة وتكامل الاهتمامات المشتركة بين الأفراد في هذه الشبكة عوامل تساهم في تشكيل رأس المال الافتراضي في شبكات التواصل الاجتماعي التي من الممكن تشكيل منافع للأفراد و الجماعات.

الدراسات السابقة :تم تصنيف الدراسات على أساس العلاقة بين استخدام الانترنت والشعور بالوحدة النفسية ومهارات التواصل ودوافع استخدام شبكات التواصل الاجتماعي.

قام العلاونه (2005) بدراسة هدفت إلى التعرف على درجة الشعور بالوحدة النفسية لدى طلاب وطالبات جامعة اليرموك وقد بلغ عدد أفراد العينة (811) من الطلاب والطالبات، وقد أظهرت نتائج الدراسة ارتفاع درجة شعور الطلاب بالوحدة النفسي، وعدم وجود فروق بين درجات

الشعور بالوحدة النفسية بين الطلاب المقيمين وغير المقيمين مع أسرهم، وكذلك عدم وجود فروق في درجة الشعور بالوحدة النفسية تعزى إلى متغير الجنس أو المستوى الدراسي أو المعدل التراكمي .

وفى دراسة ساوير واخرون (Sawir et al.,2007) والتي هدفت إلى قياس مستوى الشعور بالوحدة النفسية لدى عينة من الطلاب الجامعيين في الجامعة الاسترالية بلغ عددهم (200) من (30) جنسية مختلفة أظهرت نتائج الدراسة أن 75% من حجم عينة الطلاب يعانون من مستوى مرتفع من الوحدة النفسية خاصة الطلاب الوافدين المستجدين في الشهور الأولى .

وفى دراسة اوزدميير (Ozdemir,2008) التي هدفت إلى البحث عن مستوى الشعور بالوحدة النفسية لدى عينة من الطلاب الجامعيين في الجامعة التركية بلغ عددهم (721) تراوحت أعمارهم بين (18-25) سنة يعيش 67% منهم في سكن الطلاب، وقد أظهرت النتائج ارتفاع مستوى الشعور بالوحدة النفسية والافتقار إلى امتلاك المهارات الاجتماعية والدعم النفسي والاجتماعي.

وهدفت دراسة الشرايرى (2009) لاستكشاف مستوى الشعور الوحدة النفسية لدى عينة من طلاب جامعة اليرموك بلغ عددها (265) طالب وطالبة، وقد أظهرت النتائج وجود درجات متوسطة من الشعور بالوحدة النفسية خاصة فيما يتعلق بالمشاعر الذاتية ثم العلاقات الاجتماعية، ثم العلاقات الحميمية، والعلاقات الاسرية ولم توجد فروق داله إحصائيا بين الطلاب والطالبات.

أجرى الدمارى (2010) دراسة بهدف البحث فى الاشباعات المتحققة من استخدام شبكات التواصل الاجتماعي على عينة من طلاب كلية الفنون والإعلام بجامعة الفتح بلغ عددها (200) وتوصلت الدراسة إلى :

1. أن الفيس بوك احتل المرتبة الأولى في ترتيب استخدام الشبكات الاجتماعية من قبل الطلاب بغرض اكتساب معارف والتواصل مع ذوى الاهتمامات المشتركة.

2. وأظهرت النتائج إن من الآثار السلبية لاستخدامه هو الانصراف عن القراءة وزيادة الشعور بالكسل والتراخي.

3. إن الفيس بوك يشبع الطلاب اجتماعيا بخلق تواصل اجتماعي حتى في وقت الأجازات

4. إن الفيس بوك يشبع الطلاب فكريا بإتاحة الفرصة لتبادل الأفكار والتعبير عنها

5. إن الفيس بوك يشبع الطلاب أكاديميا لإعطائهم الفرصة لمناقشة الدروس والمقررات وتبادل الأسئلة والمحاضرات والدروس والمراجعة.

قام الناطور (2001) بدراسة هدفت إلى التحقق من اثر استخدام المدة الزمنية للانترنت على التحصيل الأكاديمي والتفاعل الاجتماعي وعادات الاستذكار لدى عينة من الطلاب الجامعيين وبلغت العينة (200) طالب وطالبه من جامعة اليرموك والعلوم والتكنولوجيا وتبين من النتائج عدم وجود فروق بين الذكور والإناث في التحصيل الأكاديمي يعزى لعدد ساعات استخدام الانترنت مع وجود فروق ذات دلالة إحصائية فيما يخص التفاعل الاجتماعي وعادات الاستذكار يعزى لعدد ساعات استخدام الانترنت

أما في دراسة الزيود (1999) والتي تناولت مشكلات عينة من طلاب الجامعة بلغ عددها (305) وعلاقتها بمستوى الاكتئاب في ضوء متغيرات الجنس والتخصص والمعدل الأكاديمي وتبين من النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية لبن الطلاب والطالبات في مشكلات التكيف الاجتماعي ولم يتبين وجود فروق في تلك المشكلات يعزى لمتغير المستوى الدراسي والتخصص والمعدل التراكمي.

وقد قام نالوا واناند (Nalwa&Anan,2003) بدراسة استكشافية للتحقق من مدى انتشار ادمان الانترنت بالمدارس في الهند على عينة بلغت(100) من الطلاب تراوحت أعمارهم ما بين 16-18وتبين من النتائج أن المجموعة التي أدمنت استخدام الانترنت تعانى من اضطرابات النوم وانعدد ساعات استخدام الانترنت كانت أكثر من المعدل العادي 10ساعات وأكثر وتنين أيضا وجود أن المجموعة التي أدمن استخدام الانترنت كانت أكثر شعورا بالوحدة النفسية من الطلبة العاديين.

وقد أجرى الشمايله (2006) دراسة بهدف قياس الآثار الاجتماعية المترتبة على استخدام الانترنت لدى عينة من طلاب الجامعة الأردنية مكونة من (2355) من الذكور والإناث وأظهرت النتائج وجود تأثير سلبي منخفض لاستخدام الانترنت على العادات والتقاليد والمعتقدات الدينية، وان التأثير كان سلبيا بدرجة متوسطة في المجال النفسي والأخلاقي، وكان التأثير ايجابياً في المجال الثقافي والعلمي.

وقد تناول كابلان (وقد تناول كابلان (Caplan,2002) التي هدفت إلى تناول الاستخدام المشكل للانترنت وأثره على التوافق النفسي والاجتماعي على عينة مكونة من (386) من طلاب الجامعة وقد أشارت النتائج إلى وجود ارتباط بين الاستخدام المشكل للانترنت وبين المقاييس الفرعية للوحدة النفسية وبين الخجل وتقدير الذات .

وقد أجرت اندرسون (Anderson,2001) دراسة لتقييم ظاهرة استخدام الانترنت لدى طلاب الجامعة على عينة مكونة من (1300) طالب جامعي من 8 مؤسسات أكاديمية وقد هدفت إلى تحديد الآثار الاجتماعية والأكاديمية التي تترتب على استخدام الانترنت لفترات طويلة وأظهرت النتائج أن استخدام الانترنت لفترات طويلة يؤدى إلى انخفاض المشاركة في الأنشطة الاجتماعية واضطراب النوم وزيادة الشعور بالوحدة والاكتئاب والمعاناة من عدم الاستقلالية .

وفى دراسة يانج (Yang,1996) حول إدمان الانترنت لاستخدامه لفترات طويلة على عينة مكونة من (496) وقد اظهر النتائج أن أغلبية مدمني الانترنت من الإناث ومن الأعمار المتوسطة وبدون عمل والاستخدام المفرط أدى إلى خسران الوظائف وبعض الأصدقاء ويقلل من الأنشطة الاجتماعية.

هدفت دراسة كريستوفر وآخرون (Christopher et al.,2002) إلى تناول علاقة استخدام الانترنت بالاكتئاب والعزلة الاجتماعية بين المراهقين على عينة قوامها (89) من طلاب السنة النهائية في التعليم الثانوي وقد وضع فئات زمنية لاستخدام الانترنت استخدام منخفض ساعة أو اقل معتدل من 1-2 ساعة أو مرتفع أكثر من ساعتين يوميا وأوضحت

نتائج الدراسة إن العلاقات مع الوالدين والأقران أفضل عند منخفضي الاستخدام عنة مرتفعي الاستخدام وتنبين أيضا أن استخداما لانترنت لا يرتبط ارتباط دال بالشعور بالاكتئاب.

وفى دراسة لاروز وآخرون (Laroser et al.,2001) حول التفسيرات المعرفية والاجتماعية لاستخدام الانترنت وعلاقته بالاكتئاب على عينة من (171) طالب وطالبة مسجلين في مساقات الاتصالات في إحدى الجامعات الأمريكية من مستويات أكاديمية متنوعة وأظهرت النتائج أن الاستخدام المفرط للانترنت يؤدى إلى العزلة الاجتماعية.

وتوصل فريد(Fred ,2000) إلى أن الاستخدام للانترنت لفترات طويلة يؤدى إلى التقليل من مشاركة الأفراد في المجتمه مع الآخرون والى زيادة الشعور بالعزلة والاكتئاب.

وفى دراسة أجراها الحمصى (2008) عن ظاهرة إدمان الانترنت وعلاقتها بمهارات التواصل الاجتماعي لدى عينة من طلاب جامعة دمشق بلغت (150) طالب وطالبة من تخصصات علمية متنوعة ومن مستويات اقتصادية متنوعة وقد أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطيه دالة إحصائيا بين إدمان الانترنت ومهارات التواصل الاجتماعي وتبين أيضا وجود فروق في الإدمان على الانترنت حيث عاملا الجنس فالإناث أكثر إدمانا للانترنت ولا توجد فروق تبعا لمتغير المستوى الاقتصادي ولا التخصص العلمي في إدمان الانترنت.

وقد أجرى دى جارسيا (De Garcia et al.,2002) دراسة لاستكشاف المشكلات السلوكية المرتبطة باستخدام الانترنت وتكونت العينة من (1664) من الجنسين وقد أوضحت نتائج الدراسة وجود مشكلات مرتبطة باستخدام الانترنت مثل الحساس بالذنب إضاعة الوقت وارتفاع القلق وخلل في الوظائف الاجتماعية لعينة البحث

وفى دراسة رو (Rowe,2000) حول استخدام الانترنت كظاهرة اجتماعية على عينة مكونة من (4113) من الشباب من عمر 18سنة فما أكثر وقد أشارتا نتائج الدراسة إلى ان 55%من حجم العينة يستخدمون الانترنت وان 36%منهم كانوا يقضون 5ساعات وأكثر أسبوعيا على الانترنت وانخفض معدل التواصل مع الأسرة والأصدقاء وارتبط استخدام الانترنت بالإحباط والقلق والاكتئاب ونقص في الأنشطة الاجتماعية .

وأجرى الحميدات (2007) دراسة تهدف إلى اكتشاف درجة امتلاك طلاب الجامعة الأردنية لمهارات الاتصال على عينة من (936) من الطلاب (1064) من الطالبات تبين من النتائج عدم وجود فروق دالة إحصائياً في مهارات الاتصال تبعا لنوع الكلية وبين عينة الإناث والذكور في مهارات التحدث والقدرة على فهم الآخرون مع وجود فروق دالة إحصائيا في مهارات الاستماع وإدارة العواطف)-

دراسة (Al-Saggaf, (2011 وهدفت الدراسة إلى الخروج بوصف دقيق عن تجربة الفتيات السعوديات في تعاملهن مع شبكة الفيسبوك، وذلك من خلال إجراء مقابلات شخصية مع (15) فتاة سعودية ممن يستخدمن الفيسبوك، ممن تتراوح أعمارهن بين (19-24) سنة، يدرسن في جامعة خاصة بالعربية

السعودية، علاوة على اطّلاع الباحث على "حائط" ثلاث من المشاركات (بعد أخذ موافقتهن) في المقابلة، لمعرفة عدد الأصدقاء والمجموعات والروابط والاستطلاعات ونوعية الصور الموجودة على صفحات الفتيات المشاركات. وقد توصلت الدراسة إلى أن الفتيات السعوديات يستخدمن الفيسبوك بهدف الحفاظ على روابط الصداقة القائمة مع أقرانهن الجدد والقدامى، وللتعبير عن شعورهن تجاه مختلف القضايا المطروحة ومشاركة الآخرين أفكارهم من خلال تحديث محتوى سيرتهن الذاتية على الموقع، بالإضافة إلى الترفيه عن أنفسهن من خلال الإجابة على أسئلة المسابقات واختبار المعلومات. كما توصلت الدراسة إلى أنه وبالرغم من أن معلومات المشاركات في الدراسة متاحة للجميع من مستخدمي الفيسبوك، فأنهن قلقات جدا على خصوصيتهن، وحتى تتمكن المشاركات من الإدلاء بآرائهن حول الأحداث الجارية،

فقد عمدنا إلى المشاركة في بعض المجموعات الحوارية على الشبكة. كما توصلت الدراسة أيضا إلى انه وبالرغم من أن بعض المشاركات اعترفن بفضل الفيسبوك بجعلهن يشعرن بالثقة أكثر، وبأنهن أصبحن اجتماعيات أكثر، إلا أن البعض الآخر منهن أبدين تخوفهن من أن هذه الشبكة يمكن أن تؤثر على علاقتهن بأسرهن وعلى تحصيلهن الدراسي.

دراسة **Muise, Christofides & Desmarais,(2009)**

(*More Information Than You Ever Wanted: Does Facebook Bring Out the Green-Eyed Monster of Jealousy*?). **وهدفت الدراسة إلى الكشف عن دور شبكة الفيسبوك في إثارة الغيرة والحسد بين المتحابين، وفيما إذا كان التعرض الكثيف لهذه الشبكة قد ينبىء بعلاقات مبنية على الشك والغيرة بدلا من العلاقات الغرامية والعاطفية، وذلك من خلال إجراء مقابلات مع عينة مكونة من (308) من طلبة البكالوريوس ممن تتراوح أعمارهم ما بين (17-24) سنةً، ويقيمون علاقات غرامية مع آخرين. وقد كشفت الدراسة أن التعرض الكثيف لموقع الفيسبوك يقود إلى الغيرة والحسد، وذلك ربما بسبب الإدمان الذي يقود إلى الكشف عن معلومات غامضة عن الشريك لا يمكن الوصول إلى حقيقتها بسهولة، مما يدفع إلى التعرض الزائد لهذه الشبكة بهدف الوصول إلى الحقيقة عن الطرف الآخر ، كما كشفت الدراسة أن غالبية المبحوثين يقضون حوالي (40) دقيقة على الفيسبوك يوميا، وان نسبة تعرض الفتيات من أفراد العينة لموقع الفيسبوك أكثر من الرجال، وأن لديهم ما معدله (25-1000) صديق للمشارك الواحد على الشبكة، وتوصلت الدراسة أيضا إلى أن ما نسبتهم (74.6%) من أفراد العينة يضيفون من كانوا على علاقة عاطفية أو يقيمون**

معهم علاقات جنسية في السابق كأصدقاء، وأن (92.1%) من المبحوثين لدى شريكهم أصدقاء من الغرباء الذين لا يعرفونهم، مما يقود إلى الغيرة والحسد بين المتحابين.

دراسة **Strano (2008)**

(*User Description & Interpretation of Self-Presentation Through Face book Profile Images*).

وهدفت الدراسة إلى تفسير كيف يقدم مستخدمو الشبكات الاجتماعية أنفسهم على موقع الفيسبوك، لا سيما ما يتعلق بصورهم الشخصية (Profile Images)من حيث الاسس المستخدمة في الاختيار، وفي تغيير الصورة الشخصية من وقت لآخر، وهل يتأثر هذا الاختيار بالنوع الاجتماعي والعمر؟. وذلك من خلال عينة مكونة من (427) مفردة تم الحصول عليها من خلال "عينة الكرة الثلجية" وقد كشفت الدراسة أن المتزوجات من أفراد العينة المبحوثة غالبا ما يقمن بتغيير صورهن (Profile Images) ، للتأكيد على رغبتهن في الصداقة والعلاقات الحميمية. كما كشفت الدراسة

كذلك أن النساء المتزوجات والرجال على حد سواء، يرغبون بوضع الصور العائلية، أتي تدلل على العلاقات الحميمة بين أفراد الأسرة الواحدة وأن تفسير وتأويل وفهم معاني هذه الصور يختلف من مبحوث لآخر وفقا للنوع الاجتماعي. كما كشفت الدراسة أيضاً أن مسـتخدمي الفيسـبوك من كبار السن من الجنسين لا يميلـون إلى تغييـر صورهم على الموقع، ويقومون بنشر صورهم (Profile Images), الشخصية منفردة على الفيسبوك.

دراسة (2007) **Lenhart & Madden**

(*Teens, Privacy & Online Social Netwrks*).

وهدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة الحياة التي يعيشها جيل الشباب من الأمريكيين، وذلك من خلال استخدامهم للانترنت وشبكات التواصل الاجتماعي، وما الذي يتشاركون به ولا يتشاركون مع الغير عبر هذه الشبكات، وهل يلعب الأهل دوراً في مراقبة الأبناء أثناء تواجدهم على هذه الشبكات أم لا؟ وذلك من خلال التطبيق على عينة مكونة من (935) مفردة من المراهقين والمراهقات الأمريكيين، ممن تتراوح أعمارهم ما بين (12-17 عاماً)، وأولياء أمورهم. وقد توصلت الدراسة إلى أن (55%) من المراهقين الأمريكيين لديهم حساب على شبكات التواصل الاجتماعي،

وأن ما نسبته (66%) من هؤلاء لا يشاركون مستخدمي الشبكات الأخرى معلوماتهم على هذه الشبكات، وأن ما نسبته (46%) من أولئك الذين يسمحون للغير بالاطلاع على معلوماتهم يزودون الغير بمعلومات مظللة لحماية أنفسهم أولاً وللمزاح والعبث وعدم الجدية ثانياً. كما توصلت الدراسة أيضا إلى أن غالبية المراهقين يستخدمون شبكات التواصل الاجتماعي لكي يبقوا على اتصال مع الأصدقاء أو تكوين صداقات جديدة، وأن (23%) من أفراد العينة شعروا بالخوف عندما تم التواصل معهم من قبل غرباء عبر شبكات التواصل الاجتماعي. كما توصلت الدراسة كذلك إلى أن الوالدين يقومان بمراقبة أبنائهم لمعرفة المواقع التي يتعرضون لها، وذلك من خلال بعض البرامج الخاصة بهذا الشأن أو من خلال وضع جهاز الكمبيوتر في مكان عام في المنزل ومراقبة الأبناء بصورة مباشرة.

دراسة-Urista Dong& Day (No Date)

(*Explaining Why Young Adults Use Myspace & Facebook Through Uses and Gratifications Theory*).

وهدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل التي تحفّز الأشخاص على استعمال مواقع التواصل الاجتماعي ممثلة بموقعي (ماي سبيس والفيسبوك)، بهدف تلبية رغباتهم واحتياجاتهم، وذلك من خلال عينة مكونة من (50) طالباً من جامعة كاليفورنيا، اشتركوا في ست مجموعات بؤرية، للحصول على المعلومات المطلوبة للدراسة. وقد كشفت الدراسة أن المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لإشباع حاجاتهم الشخصية ورغباتهم مع الآخرين، نظراً لكون هذه المواقع من أكثر الوسائل قدرة على توصيل المعلومات إلى الآخرين مهما كان عددهم وبشكل لحظي. كما أفادت الدراسة

أيضا أن استخدام شبكات التواصل الاجتماعي يسهم في تبني ورعاية العلاقات مع الآخرين من خلال المضمون والخطابات التي تصاغ بشكل لحظي على الشبكة، كما أن شبكات التواصل الاجتماعي تمكّن المستخدمين من اختيار الأشخاص الذين يمكنهم الاطلاع أو عدم الاطلاع على محتويات الملف الشخصي للمستخدم.

دراسة "كمبرلي يونغ" (1998) ، بعنوان: إدمان الإنترنت. تمت هذه الدراسة على 396 حالة من المستخدمين السابقين للإنترنت و100 حالة من المستخدمين الجدد للإنترنت. واستخدمت استبانه من ثمان فقرات عن استخدام الإنترنت من إعداد الباحثة ـ أسئلة مفتوحة عن الساعات التي يقضونها عن الإنترنت، والمشاكل التي سببها. وأسفرت النتائج:

1. إدمان الإنترنت إدمان سلوكي.
2. المستخدمون السابقون يقضون حوالي 8 مرات أكثر من المستخدمون الجدد أسبوعياً
3. ظهور مشكلات كبيرة في حياة المستخدمين القدامى.
4. لم يبلغ المستخدمون الجدد عن أي مشكلات أو تأثيرات لأنهم قادرين على السيطرة على الكمية التي استخدموا فيها الإنترنت. (العباجي، 2007)،

دراسة كمبرلي يونغ وروبرت رودجر عام 1996، بعنوان: الإدمان على الإنترنت: ظهور اضطراب سريري جديد. تمت هذه الدراسة على 130 ذكر متوسط أعمارهم 31 سنة ـ 129 أنثى متوسط أعمارهن 33 سنة. بلغ حجم العينة 259 فرد، واستخدم الباحث استبيان الاعتماد على الإنترنت من إعداد الباحثين، وأسفرت النتائج على: إن المعتمدين على الإنترنت على مستوى عال من ناحية الاعتماد الذاتي-الحساسية والتفاعلية العاطفية واليقظة وكشف ذاتية منخفضة.

دراسة علاونة (2012)، وعنوانها " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين على المشاركة في الحراك الجماهيري". وهدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور مواقع التواصل الاجتماعي، في حفز المواطنين الأردنيين للمشاركة في فعاليات الحراك الجماهيري، باستخدام منهج المسح الإعلامي بشقيه الوصفي والتحليلي، على عينة بلغت (296) مفردة من النقابيين في مدينة إربد

. وقد توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته (74,7%) من النقابيين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي، و(24,3%) منهم يستخدمونها لأنها تتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية. وأن (50,6%) من النقابيين يستخدمون الفيسبوك و(27,1%) يستخدمون التويتر، وأن دوافع استخداماتهم لهذه المواقع تتمثل بأنها تسمح بالتواصل مع الأصدقاء بنسبة (28,5%)، وتتيح الفرصة للتعبير عن الآراء بحرية مطلقة بنسبة (21,8.(%) كما بينت النتائج أن (56,6%) من النقابيين

يشاركون (دائماً وأحياناً ونادراً) في الحراك الجماهيري الذي يطالب بالإصلاح والتغيير في الأردن، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. وأوضحت النتائج عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين السمات الديموغرافية للنقابيين وبين المشاركة في الحراك الجماهيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

دراسة جرار (2011)، وعنوانها "المشاركة بموقع الفيسبوك وعلاقته باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو العلاقات الأسرية". هدفت هذه الدراسة إلى معرفة المشاركة بموقع الفيس بوك وعلاقته باتجاهات الشباب نحو العلاقات الأسرية، على اعتبار أن طبيعة علاقة الشاب بأسرته من أهم المؤشرات على طبيعة تفاعله مع مجتمعه الحقيقي، ولكون الأسرة أحد أهم الركائز الأساسية لتوارث الذاتية الثقافية للشعوب واستمرارها. واستخدمت الباحثة المنهج الوصفي، وتم استخدام أسلوب المسح (الاستبيان) لجمع البيانات،

وتكوَن مجتمع الدراسة من جميع الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين (15-24 سنة) في الأردن، وجرى تحديد حجم عينه الدراسة بـ (384) شاب وشابة، ممن تتراوح أعمارهم ما بين (15-24 سنه) وقد أظهرت نتائج الدراسة، أن نسبة الشباب الأردني الذي لديه اشتراك في الفيسبوك تبلغ (74.4%) من مجمل الشباب الأردني، وأن نسبة الذكور المشتركين في الموقع (56%) وهي أكبر من نسبة مشاركة الإناث (44%)، وأن ما يقرب من ثلاثة أرباع المشتركين يقومون بتفقد الموقع يوميا (73.8%)، وأن أكثر من نصف الشباب المشترك في الموقع (57.4%) يعتقدون أن اشتراكهم قلل من الوقت الذي يقضونه مع أسرهم، ورأى (45.6%) من المشتركين أن اشتراكهم في الموقع أثر على حياتهم إيجابيا، و(14.2%) لم يستطيعوا أن يحددوا فيما إذا كان اشتراكهم في الموقع أثرأو لم يؤثر على حياتهم .دراسة المصري (2011)، وعنوانها "استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثرها على وسائل الإعلام الأخرى". وهدفت الدراسة إلى التعرف على مدى استخدام الطلبة الجامعيين الفلسطينيين لمواقع التواصل الاجتماعي، وأثر ذلك على متابعتهم لوسائل الأعلام الأخرى، كما هدفت الدراسة أيضا إلى التعرف على الآثار السلبية والإيجابية لاستخدام الطلبة لهذه المواقع، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (50) مفردة من طلبة الكليات الفلسطينية بقطاع غزة. وقد توصلت الدراسة إلى أن ما نسبته (52%) من المبحوثين يستخدمون مواقع التواصل الاجتماعي لمدة تصل إلى ساعتين يومياً،

كما بينت الدراسة أن أهم سلبيات استخدام المبحوثين لمواقع التواصل الاجتماعي تكمن في تغذية الأزمات السياسية وتهيئة الفرصة لعمليات الاستقطاب من قبل الآخرين، وزيادة الاحتقان وتعميق الخلافات، وبنسبة وصلت إلى (78%). أما أهم الايجابيات فقد تمثلت في تعريف المستخدمين بموضوعات تساعدهم على النقاش مع الآخرين وبنسبة بلغت (47%). أما ما يتعلق بتأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام والاتصال الأخرى، فقد أظهرت الدراسة أن هناك انخفاضا ملحوظا في مطالعة الكتب وقراءة الصحف والمجلات والاستماع للراديو ومشاهدة الفضائيات وبنسب تراوحت ما بين (76%- 84.%).

دراسة أمين (2009)، وعنوانها "استخدامات الشباب الجامعي لموقع يوتيوب على شبكة الإنترنت". وهدفت الدراسة إلى معرفة خصائص مستخدمي موقع يوتيوب على الإنترنت من الشباب الجامعي ومعرفة أنماط

الاستخدام وأسسه ومدى انتشاره بين هذه الفئة العمرية الهامة، وإسهامهم في إنتاج الرسائل الإعلامية التي تبث من خلال الموقع، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (122) مفردة من الطلبة الدارسين في جامعات مملكة البحرين العامة والخاصة. وقد توصلت الدراسة إلى أن الشباب الجامعي في مملكة البحرين، يستخدمون الانترنت بشكل كثيف،

وأن كل الشباب الجامعي من عينة الدراسة في البحرين يعرفون تلك المواقع التي تسمح لمستخدميها مشاهدة وإرفاق مقاطع الفيديو وتبادل مشاهدتها على الانترنت والذي يأتي في مقدمتها موقع (يوتيوب)، كما بينت الدراسة أن الوسائل التي عرف بها الشباب الجامعي موقع (يوتيوب) كانت: المواقع الالكترونية الأخرى، ثم الأصدقاء، ثم الصحف الورقية، وأخيرا التلفزيون، وهو ما يشير إلى أهمية الانترنت كمصدر رئيسي في الحصول على المعلومة، خاصة لدى الشباب. وقد تمثلت دوافع استخدام الشباب الجامعي لموقع (يوتيوب) في الرغبة بإمدادهم بالأخبار الهامة المصورة واللقطات الإخبارية النادرة، ثم التسلية والترفيه والفضول في التعرض لنمط إعلامي جديد، أما فيما يتعلق بالاشباعات المتحققة، فقد جاءت الاشباعات المعرفية في مقدمة الاشباعات التي تحققت لعينة الدراسة تلاها تحقيق إشباعات التسلية والترفيه وشغل أوقات الفراغ عند هؤلاء الطلبة.

دراسة الساري (2009)، وعنوانها "ثقافة الإنترنت... دراسة في التواصل الاجتماعي" وهدفت الدراسة إلى التعرف على التأثيرات النفسية والاجتماعية التي يتركها تواصل الشباب مع بعضهم بعضا من خلال الانترنت، وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية مكونة من (472) شابا وشابة ممن يستخدمون الانترنت في حياتهم اليومية بمدينة الدوحة/ قطر

وقد توصلت الدراسة إلى أن الانترنت كوسيلة اتصال الكترونية تنفرد بمزايا وخصائص اتصالية يندر أن تجدها في الوسائل الأخرى، حيث أحدثت تغيراً ملموساً في طبيعة التواصل الأسري والعائلي، تبدّى ذلك في تراجع مقدار الوقت الذي يقضيه الشباب في الجلوس والتفاعل مع أسرهم من جهة، وفي تراجع عدد الزيارات التي ألفوا القيام بها لأقاربهم قبل تعودهم على استخدام الانترنت من جهة أخرى.

وعلى الرغم من التأثيرات الايجابية التي تتركها الإنترنت على الشباب، إلا أنها في الوقت نفسه تركت بعض التأثيرات السلبية التي تمثلت في بداية ظهور بعض أعراض الإدمان لديهم على الانترنت، وتسببت أيضا في خلق بعض الصدمات العاطفية لبعض مستخدميه من العزاب والمتزوجين، انعكست سلبا على علاقاتهم الأسرية والعائلية والزوجية، وساهمت في بروز بعض مظاهر الاغتراب النفسي والاجتماعي لدى بعضهم، تجسدت في تمنيهم العيش خارج مجتمعهم المحلي.

دراسة حسن (2009)، وعنوانها "أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالأنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية". وهدفت الدراسة إلى رصد وتوصيف أثر الوسائل الاتصالية الحديثة (الانترنت بكافة استخداماتها والفضائيات والمدونات) على طبيعة وحجم العلاقات والتفاعلات الاجتماعية والاتصالية داخل الأسرة المصرية والقطرية،

وذلك بالتطبيق على عينة عشوائية متعددة المراحل حجمها (600) مفردة وزعت ما بين صغار السن والوالدين في قطر ومصر، في محاولة للوصول إلى رؤية محددة نحو ترشيد استخدام التقنيات الحديثة وتفعيل دور المسؤولية الأسرية والمجتمعية في هذا السياق. وقد توصلت الدراسة إلى أن هناك ارتباطاً سلبياً بين معدل استخدام المواقع الاجتماعية ومستوى التفاعل الاجتماعي بين الأفراد، كما أن هناك ارتباطاً سلبياً ابيضا بين معدل الاستخدام وانخفاض مستوى التحصيل الدراسي لدى أفراد العينة، وأن هناك علاقة ارتباطيه ايجابية بين زيادة معدل الاستخدام واتجاه المبحوثين نحو تكوين علاقات اجتماعية ثابتة ومستقرة وليست عابرة، وأنه كلما شعر الأفراد بالخصوصية باستخدام جهاز الكمبيوتر زاد انعزالهم عن الواقع وانخفض مستوى تفاعلهم الاجتماعي، بعكس إقرانهم الذين يستخدمون الكمبيوتر في مكان لا يتمتع بالخصوصية ويستطيع المحيطون بالفرد الوصول إليه أو على الأقل مشاهدته، كما توصلت الدراسة إلى أن الفيسبوك واليوتيوب والماي سبيس احتلت مواقع الصدارة كشبكات اجتماعية مفضلة لأفراد العينة الذين يعتبرون أن أصدقاءهم يعدون المرجع الأول في حالة حدوث مشكلة لهم.

دراسة خضر (2009)، وعنوانها "الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على موقع الفيسبوك". وهدفت الدراسة إلى التعرف على دوافع استخدام الشباب المصري لموقع الفيسبوك، والكشف عن طبيعة العلاقات الاجتماعية والصداقات التي يكونها الشباب المصري، كما هدفت أيضا إلى رصد وتحليل الآثار النفسية والاجتماعية (السلبية والايجابية) المترتبة على تعامل عينة الدراسة مع موقع الفيسبوك، وذلك من خلال عينة عمديه متاحة من مستخدمي الفيسبوك من طلاب الجامعات المصرية (الحكومية والأجنبية) مقدارها (136) مفردة موزعة بالتساوي بين جامعة القاهرة والجامعة البريطانية. وقد توصلت الدراسة إلى أن دافع التسلية والترفيه يأتي على رأس دوافع استخدام طلاب الجامعة لموقع الفيسبوك، وبنسبة مقدارها (69.9%) من إجمالي عينة المبحوثين، بينما جاء دافع خلق صداقات جديدة، ودافع التواصل مع الآخرين وتطوير علاقات اجتماعية معهم في المرتبتين الثانية والثالثة، وبنسبة (41.2%) و(37.5%) لكل منهما على التوالي، كما أوضحت الدراسة أن تقديم المبحوثين لأنفسهم كما هم بصدق وبدون أي تلوين أو خداع للآخرين، كان لها النصيب الأكبر وبنسبة (82.4%)، مقابل

(19.9%) لتقديم المبحوثين أنفسهم للآخرين باستخدام اسم مستعار. كما توصلت الدراسة إلى أن العبارات التي حظيت بأعلى أهمية نسبية لدى طلاب جامعة القاهرة والجامعة البريطانية بمقياس لبكرت الثلاثي تمثلت في العبارات التالية:

"التعامل مع الموقع جعلني أشعر بالانفتاح على أخبار الآخرين بوزن نسبي (90.44)، يليها بروز عبارة " أتخلص من الشعور بالوحدة عندما أجلس على موقع الفيسبوك بوزن نسبي (83.09%)، ثم ظهور عبارة "لقد قمت بتطوير علاقات اجتماعية عديدة من خلال التعامل مع الموقع" في المركز الثالث بوزن نسبي (75.25%)، ... مما يعني غلبة الطابع الإيجابي على الآثار الاجتماعية المترتبة على استخدام طلبة الجامعات لموقع الفيسبوك.

دراسة عيسى الشماس عام 2006، بعنوان الدراسة: الشباب ومقاهي الإنترنت .تمت هذه الدراسة على 2024 من طلبة السنة الأولى في كليتي التربية والعلوم بجامعة دمشق. واستخدمت استبانه تضم مجموعة أسئلة عن آراء الطلبة حول مقاهي الإنترنت من إعداد الباحث. وأسفرت نتائج الدراسة: من الشباب أفراد العينة يقضون في المقهى (1- 3) ساعات/ أسبوعياً (72%) 80-82% من أفراد العينة يرتادون مقاهي الإنترنت بقصد التسلية والترفيه وتبادل الرسائل مع الآخرين، 54-60% يفضلون الدخول إلى المواقع العربية. (الشماس، 2006، ص144-152)

استفاد الباحثين من هذه الدراسات في صياغة تساؤلات وفروض الدراسة وفي بناء أدوات الدراسة سواء في اختيار الأبعاد وكتابة العبارات وفي اختيار أسلوب المعالجات الإحصائية وتفسير النتائج .

الفصل الثامن

دور الإعلام في المشاركة لدى المضامين مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة

الاستهلال:

"الإعلام الجديد منافس خطير، سهل، رخيص، سريع، إنساني، وما لم يُطوِّر الإعلام التقليدي من ذاته وأدواته وأفكاره، فسوف يصبح جزءًا من التاريخ"؛ د. سلمان بن فهد العودة.

التطور المذهل في وسائل الاتصال والإعلام في العصر الحالي، أدى إلى ظهور نوع جديد من الإعلام التفاعلي، وحطم القيود الإعلامية، فلم تعد الرسائل الإعلامية حكرًا على المؤسسات الحكومية، ولم يَعُد الفرد مجرد مستقِبل لها كما كان في الماضي، بل أصبح دون تكلفة أو جهد كبير صانعًا ومرسلاً لها هو الآخر، وجزءًا من شبكات تفاعلية ضخمة وميسرة الاستخدام، هي أدوات الإعلام الجديد.

❖ المبحث الأول :مفهوم الإعلام:

الإعلام لغة :اسم مصدر من أعلم يعلم أي أخبر يخبر وهو التبليغ والإخبار والإبلاغ أي الإيصال.

الإعلام اصطلاحًا :مجموعة الوسائل الهادفة إلى تحقيق الاتصال، ونقل المعلومات والمعارف، والثقافات الفكرية والسلوكية، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية،

بقصد التأثير وبُغْية الإخبار والتوجيه، وتشكيل رأي الأمة إزاء القضايا المطروحة مستخدمًا الإقناع عن طريق صحة المعلومات ودقة الأرقام والإحصاءات.

الإعلام في الإسلام : تزويد الجمهور بالحقائق الثابتة، والأخبار الصادقة المستندة إلى أدلتها الشرعية، والمعلومات الصحيحة، باستخدام أفضل الوسائل التقنية والأساليب التعبيرية، بالإضافة إلى تزويده بالأبحاث والدراسات والبرامج الوثائقية في ميادين الحياة المختلفة.

❖ المبحث الثاني : نشأة الإعلام وتطوره:

عرفت المجتمعات الإنسانية الإعلام ومارسته منذ أن كانت تعيشُ في قبائل بدائية تسكن الكهوف، فليس الإعلام وليد الساعة، فهو عملية قديمة قدم الإنسان نفسه.

اخترع الإنسان الكتابة منذ آلاف السنين، فكانت بمثابة نقطة تحوُّل في تاريخ البشرية، وبات ما قبل ذلك يعرف" بقبل التاريخ"، وعرف العرب الإعلام قبل القرن العاشر الميلادي، وحتى منذ عصور ما قبل الإسلام، وكانت وسائلهم في ذلك الخطابة والشعر اللذينِ كانا ينتقلان مشافهة.

في القرن العاشر بدأ الرومان ينشرون الصحف الحائطية التي أخذت بالتطور حتى اختراع الطباعة بواسطة العالم الألماني) جوتنبرج 1338م - 1468م(؛ حيث كان المجتمع في تلك الفترة متهيئًا ومستعدًّا لتطوير ذلك الأسلوب الجديد في الكتابة وتدوير الأفكار، وإن اضطرت تلك المجتمعات للانتظار حتى القرن السابع عشر الميلادي لتكون مستعدة تمامًا لتقبل وسائل الإعلام الجماهيري.

وفي بدايات القرن التاسع عشر ظهرت الصحف وأيضًا وسائل الإعلام الكهربية؛ مثل التلغراف والتليفون، فقد اخترع التلغراف عام 1832م، ومن ثَم بدأ عصر اللا سلكي باكتشاف الموجات الكهرومغناطيسية عام 1873م، بتأسيس شركة "ماركوني" التي جعلت الاتصال اللا سلكي حقيقة عملية، وبصورة أكثر واقعية، فإن عصر وسائل الإعلام قد بدأ في مستهل القرن العشرين، بظهور وانتشار الفيلم والراديو والتلفزيون، بين عدد كبير من الناس، وكانت وسائل الإعلام هذه هي التي بدأت مرحلة الانتقال العظيم التي نعيشها الآن.

❖ المبحث الثالث : نشأة الإعلام الإلكتروني:

نشأ الإعلام الإلكتروني نشأة عشوائية إثر مراحل تطور الشبكة المعلوماتية العالمية) الإنترنت (وتزايد استخداماتها، وقد ظهرت ملامحه الأولى مع ظهور الإنترنت عام (1969) في الولايات المتحدة الأمريكية، حينما كلفت وزارة الدفاع الأمريكية مجموعة من الباحثين بمهمة البحث لإيجاد شبكة اتصالات تستطيع أن تستمر في الوجود حتى في حالة هجوم نووي، وللتأكد بأن الاتصالات الحربية يمكن استمرارها في حالة حدوث أي حرب، وقام مجموعة من علماء جامعة كاليفورنيا بتجربة علمية كانت محاولة لربط جهاز حاسب آلي في مدينة لوس أنجلوس بجهاز آخر في مدينة) منلو بارك (بواسطة خط هاتفي؛ بحيث يستطيع الجهازانِ العمل معًا في شكل نظام اتصال مُغلَق، كانت هذه التجربة جزءًا من متطلبات إيجاد وسائل اتصال ذات فاعلية ومضمونة لإبقاء الصواريخ النووية الأمريكية قابلة للاستخدام حتى بعد تعرض أمريكا لضربة مدمرة.

كانت تلك الأبحاث بمثابة العمود الفقري للبِنْية التحتية لشبكة المعلومات العالمية المسماة بالإنترنت، والتي بدأت تقدم للناس عمليًّا في سنه 1985، وكان عدد المشتركين يتزايد بشكل كبير حتى أصبحت أكبر شبكة في تاريخ البشرية.

وبدأ ظهور الإعلام الإلكتروني ليشمل ظهور عدد من الصحف والمجلات الإلكترونية، والتي شكلت وقتها ظاهرة إعلامية جديدة، مرتبطة بثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وبدأ ظهور التطبيقات والمدونات الإلكترونية التي فتحت آفاقًا عديدة للجمهور، باعتبارها وسائل إعلامية جديدة سريعة الانتشار وقليلة التكلفة.

❖ المبحث الرابع : وظائف الإعلام:

يعمل الإعلام على تقديم عددٍ من الخدمات للمجتمع، هدفها التبصير والتنوير والإقناع، لتحقيق التكيف والتفاهم المشترك بين الأفراد مشتركًا مع التعليم في معناه العام.

تتمثل الوظائف العامة التي تؤديها وسائل الإعلام فيما يلي:

- وظيفة نشر الأخبار.
- وظيفة التنشئة الاجتماعية.
- وظيفة الترفيه.
- وظيفة تبادل الرأي والنقاش.
- وظيفة التعليم والتثقيف.

❖ المبحث الخامس :صور إعلامية من حياة المرسلين:

تشرف الأنبياء والرسل - عليهم الصلاة والسلام - بفضيلة عظيمة هي الدعوة إلى الله - تعالى - مستخدمين في ذلك كل الوسائل المشروعة التي تحقِّق هذا الهدف السامي، وهو دعوة الناس إلى التوحيد والحق والخير، فما ترك الأنبياء والرسل - عليهم الصلاة والسلام - وسيلة من الوسائل الدعوية أو الإعلامية في زمانهم إلا وسخَّروها لخدمة دعوتهم إلى الله - تعالى.

❖ المبحث السادس : مفهوم الإعلام الجديد ومرادفاته:

الإعلام الجديد هو مصطلح حديث يتضاد مع الإعلام التقليدي القديم، ولم يتمَّ الاتفاق على تعريف محدد للإعلام الجديد؛ وذلك لأن صورة الإعلام الجديد لم تتبلور بعدُ بشكل واضح ومحدد، يضاف إلى ذلك أنه لا يمكن الجزم على بقاء الإعلام الجديد على صورته الحالية؛ لأن التكنولوجيا الحديثة وثورة المعلومات، قد تأتي بما هو أكثر جدة وحداثة عما هو عليه الإعلام الآن؛ لذلك تمحورت جميع التعريفات حول الآليات المتبعة والمستخدمة في الإعلام عمومًا.

ويمكن تعريفه بأنه :مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر المحتوى الإعلامي وتلقيه، بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية) الوسائط (المتصلة أو الغير متصلة بالإنترنت، في عملية تفاعلية بين المرسِل والمستقبِل.

للإعلام الجديد مرادفات عدة؛ ومنها:

الإعلام البديل، الإعلام الاجتماعي، الإعلام التفاعلي، الإعلام الرقمي، الإعلام الإلكتروني، الإعلام الآلي، الإعلام الشبكي، الإعلام الشعبي، إعلام المجتمع، صحافة المواطن، وغيرها الكثير.

يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية:

- الإعلام الجديد القائم على شبكة الإنترنت Online وتطبيقاتها.
- الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف.
- نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون، بعد إضافة مميزات جديدة لها.
- الإعلام الجديد القائم على منصة الحاسب الآليOffline ، ويتم تداول هذا النوع، إما شبكيًّا أو بوسائل الحفظ المختلفة، ويشمل العروض البصرية وألعاب الفيديو، والكتب الإلكترونية، وغيرها.

❖ المبحث السابع : فلسفة وآفاق ومداخل الإعلام الجديد:

من الرؤى النظرية المطروحة حول الإعلام الجديد لفهم مداخله الأساسية واتجاهاته:

- مدخل" نيغرو بونتي "لفهم الإعلام الجديد.
- النموذج الاتصالي الجديد لدى" كروسبي."
- مدخل" ريتشارد ديفيس "و"ديانا أوين."
- مدخل" مانوفيتش "للإعلام الجديد.
- رؤية" بافلك "للإعلام الجديد.
- رؤية" بوتلر "و"جروسين."
- مدخل" فيدلر "لفهم الإعلام الجديد.
- مدخل الحالة الانتقالية للإعلام، "غيتلمان"، و"بنغري"، وآخرون.

❖ المبحث الثامن :خصائص ومميزات الإعلام الجديد:

باستخراج القواسم المشتركة بين المفاهيم المختلفة للإعلام الجديد، نجد أنه يتميز بالعديد من الخصائص؛ ومنها:

- التفاعلية.
- اللا تزامنية.
- المشاركة والانتشار.
- الحركة والمرونة.

- الكونية وتخطي حدود الزمان والمكان.
- اندماج الوسائط.
- زيادة الانتباه والتركيز نتيجة التفاعل.
- سهولة التخزين والحفظ.

ومن أهم الظواهر التي صاحبت الإعلام الجديد:

- كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى.
- ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين، وأحيانًا من غير المتخصصين في الإعلام، قد يتفوقون على أهل الاختصاص الأصليين.
- ظهور منابر جديدة للحوار.
- ظهور إعلام الجمهور إلى الجمهور.
- ظهور مضامين ثقافية وإعلامية جديدة.
- مشاركة المجتمع في تسليط الضوء على قضاياه إعلاميًّا.
- نشوء ظاهرة المجتمع الافتراضي والشبكات الاجتماعية.
- تفتيت الجماهير وانتقال الإعلام من حالة الجماهير العريضة لوسائل الإعلام التقليدية، إلى مرحلة الإعلام الفِئوي والإعلام المتخصص.

الفرق بين الإعلام الجديد والإعلام التقليدي:

ويمكن إيجاز أهم الاختلافات بين الإعلام الإلكتروني الجديد والإعلام التقليدي فيما يلي:

1. **المساحة الجغرافية :يمكن للموقع الإعلامي أن يصل عن طريق الإنترنت إلى مختلف أنحاء العالم، على عكس عدد كبير جدًّا من وسائل الإعلام التقليدية، التي تكون مقيدة بحدود جغرافية محددة.**
2. **عامل الكلفة :يتميَّز الإعلام الجديد بقلة تكاليفه كثيراً، مقارنة بالإعلام التقليدي القديم.**
3. **عنصر التفاعلية.**

❖ **المبحث التاسع :الإعلام الجديد من وجهة نظر بعض المستخدمين:**

إن الحرية التي تميز بها الإعلام الجديد بمختلف أشكاله وأدواته، سمحت له بأن يحتل مكانة مرموقة في أوساط المستخدمين، وصلت حد الإدمان أحيانًا؛ حيث يقضي الكثير من المستخدمين ساعات طوالاً على الشبكات الاجتماعية دون فائدة تذكر، أو هدف محدد، وهذا باعتراف الكثير منهم على صفحات الفيس بوك، أو تويتر، وغيرها.

ويتفق الكتاب جميعًا أن ثَمّة تغيرات بين الوسائط التقليدية الورقية وبين وسائط التواصل الإلكتروني الحديثة المستخدمة في الإعلام الجديد، ولم يُخْفِ بعضهم حنينًا تجاه الإعلام التقليدي والكتابة الورقية.

❖ المبحث العاشر : توظيف الإعلام الجديد في مجال الدعوة:

هيأ الله - سبحانه وتعالى - في هذه العصور من الوسائل والتقنيات

الحديثة ما يُعين على تبليغ الدين ونشره، والتعريف بالعقيدة الإسلامية الصحيحة، وسنة النبي - صلى الله عليه وسلم - وسيرته العطرة، ولم يَعُد التعامل مع هذه التقنيات ترفًا، بل أصبح واقعًا معايشًا لأكثر سكان المعمورة، فبها يتواصلون، وعن طريقها يتناقلون المعلومات والأخبار، في أسرع وقت وأيسر طريق وَفْق أحدث التقنيات وأكثرها تطورًا، ولقد كان لنخبة من طلبة العلم والدعاة حضورهم المميز في مواقع ومنتديات إلكترونية، من خلال الإشراف والمشاركة المتميزة، والتنوع الذي أضفى على الشبكة العالمية الإنترنت (نسبة لا بأس بها من الخدمات التي تقدَّم للمسلمين وغيرهم، وتصب في خدمة الدعوة إلى الله - تعالى - بلغات العالم المتعددة.

ومع ظهور ما يسمى بمواقع (الإعلام الجديد)، والتي باتت تنافس الفضائيات بتعدد قنواتها، تحتَّم على مَن نال شرف الدعوة إلى الله النظر في الأسلوب الأمثل في المشاركة في مثل هذه المواقع، وذلك من خلال إطار يجمع الجهود الدعوية، ويرسم لها منهجًا واضحًا للتعامل الأمثل في كافة المجالات، وخاصة في مجال الدعوة إلى الله بالحكمة والموعظة الحسنة.

❖ المبحث الحادي عشر :الإعلام الجديد واللغة العربية:

كان للإعلام الجديد بأدواته آثاره السريعة الواضحة على لغة الناس وثقافتهم، ونجد من ناحية لغوية أن ما وهبته هذه الوسائل من إمكان النشر غير المراقب، ولا المدقق، ولا المشروط، ولا الصادر من نخب محددة، جعل اللغة تظهر بمستوياتها المختلفة الفصيحة والعامية، واللغة التي تجمع بين العربية وغيرها، ونال ما يظهر بلغة فصيحة ألوانًا من الأخطاء صارت تتداولها الناس، وباتت من الأخطاء الشائعة التي لا يُدرِك مخالفتَها للقواعد المقررة

سوى المتخصصين، وتؤدي سرعة النشر إلى ضعف المراجعة والتصحيح فتنتشر الأخطاء، وهناك بعض محاولات التعريب التي تتصدى لها بعض المواقع والصفحات الشبكية، في محاولة منها لإبدال المفردة العربية بالأخرى الأجنبية.

❖ المبحث الثاني عشر :الإعلام الجديد والتعليم:

يميل المتحمسون للتعليم باستخدام الإمكانيات الضخمة التي يوفرها الإعلام الجديد إلى رسم صورة خيالية، ويعددون المميزات الكثيرة، ومن بينها زيادة الحماس لدى المتعلم من خلال الصور والطرق الشائقة للعرض، وتمتع الدارس باستقلالية التعلم، وبذلك ينتقل من التعليم الموجَّه من قِبَل المعلم مثلاً إلى تعليمٍ يقوم هو بنفسه بضبط إيقاعه، يحدد سرعة التعلم والمادة التي يرغب في دراستها والوقت المناسب له للدراسة، ويتعلم بذلك أن يتحمل المسؤولية أيضًا عن أفعاله، كما يستطيع الدارس أن يحصل على معلوماته من أي مكان في العالم، وألا يبقى في الحدود الضيقة للمدرسة أو الجامعة.

❖ المبحث الثالث عشر : مخاطر وسلبيات الإعلام الجديد:

رغم الإيجابيات والخصائص والسمات العديدة التي يتحلى بها الإعلام الإلكتروني الجديد، إلا أن هنالك مجموعة من السلبيات والعقبات التي تواجهه وتحد من تطوره وانتشاره؛ ومن أهمها:

- ندرة المهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام بشكل محترف في الإعلام الجديد.

- المنافسة الشديدة بين المواقع الإعلامية الإلكترونية، وأدوات الإعلام الجديد .
- صعوبات الحصول على التمويل.
- غياب التخطيط للإعلام الإلكتروني نوعًا ما، وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له.
- عدم توفر الإمكانيات التقنية في بعض الدول، مما أثر على عملية تقدم وتطور الإعلام الإلكتروني.
- السرعة في البث الإلكتروني، ينتج عنها عدم تحري الدقة، وقد تكون النتيجة هي الفشل.
- انعدام القوانين والضوابط الخاصة بعمل الإعلام الإلكتروني الجديد، وعدم خضوعه للرقابة.
- صعوبة الوثوق والتحقق من مصداقية العديد من البيانات والمعلومات على المواقع الإلكترونية.
- انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية،وسهولة الترويج للمعلومات الزائفة.
- التأثير السلبي في الحياة الأسرية والاجتماعية.
- مؤسسات الإعلام الإلكتروني عملت على تناقص عدد الموارد البشرية في المؤسسة الإعلامية، وبالتالي زادت في حجم البطالة وعدم توفر فرص العمل.

وسائل وأدوات الإعلام الجديد

المبحث الأول : استعراض لبعض أدوات الإعلام الجديد:

أولاً: تعددت وسائل الإعلام الجديد وأدواته، وتزداد تنوعًا ونموًا مع مرور الوقت، ومن هذه الوسائل الشبكات الاجتماعية:

عبارة عن مواقع ويب، تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين؛ مثل المحادثة الفورية، والرسائل الخاصة، والبريد الإلكتروني، والفيديو، والتدوين، ومشاركة الملفات، وغيرها من الخدمات .

ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حاليًّا:

***الفيس بوك. * تويتر.**

وقد حاول العرب الاستفادة من فكرة الشبكات الاجتماعية لإنشاء شبكات اجتماعية عربية، لكنها لم تصل إلى شهرة الفيس بوك، تويتر؛ ومنها:

*** شبكة فرند أوي. *شبكة أرابز.**

ثانيًا: المفضلات الاجتماعية: وهي مواقع تسمح لك بإنشاء مفضلاتك وأرشفتها، وحتى مشاركتها مع باقي الأعضاء المسجلين في هذه المواقع، هي مفضلة لا ترتبط بجهازك كما هي العادة، بل هي مفضلة موجودة على شبكة الإنترنت، ومن أشهر أمثلتها موقع ديغ، وظهرت عدة مواقع عربية توفر خدمة المفضلات الاجتماعية؛ مثل: موقع ضربت، موقع أفلق، حفار المدونات.

ثالثًا: مواقع استضافة المدونات المجانية؛ ومنها:

- **الوورد برس.**
- **بلوجر.**
- **تمبلر.**

رابعًا: مشاركة الفيديوهات والصور: مواقع مشاركة الفيديوهات هي مواقع إعلام جديد، تتيح لك مشاركة مقاطع الفيديو الخاصة بك، وصورك مع أصدقائك على الموقع، وأشهر تلك المواقع: اليوتيوب، جوجل فيديو.

خامسًا: مواقع مشاركة الصور: مواقع مشاركة الصور تسمح لك برفع صورك إلى الموقع، ومشاركتها مع الآخرين؛ مثل لبكر، كما توجد مواقع أخرى عديدة لمشاركة الصور وتخزينها، منها: سلايد ، فوتو لوغ ، فوتكي.

المبحث الثاني :بعض الإحصائيات عن استخدام الإعلام الرقمي:

تشير الدراسات إلى تجاوز عدد مستخدمي الإنترنت في العالم 2 مليار

مستخدم عام 2011 ميلادية؛ أي: حوالي ثلث سكان العالم، هذا الرقم يمثل زيادة بنسبة 480.4% عمّا كان عليه في عام 2000م، وكانت أكبر نسبة نمو خلال هذه الفترة كانت من نصيب أفريقيا، والتي نمى استخدام الإنترنت فيها بحوالي 2527.4% ، تليها منطقة الشرق الأوسط بنسبة 1987.%.

المبحث الثالث : فيس بوك face book : تواصل مع أصدقائك وعائلتك وزملائك في الفصل، أنشئ ملفًا شخصيًّا الآن.

الفيس بوك هو موقع تواصل اجتماعي، يعمل على تكوين الأصدقاء، ويساعدهم على تبادل المعلومات والملفات والصور الشخصية، ومقاطع الفيديو، والتعليق عليها، وإمكانية المحادثة، أو الدردشة الفورية، ويسهل إمكانية تكوين علاقات في فترة قصيرة، وكانت بداياته عام 2004 ميلادية على يد" مارك زوكربيرج"، الطالب في جامعة" هارفارد "آن ذاك.

المبحث الرابع :تويتر: Twitter مرحبًا بك في تويتر، اكتشف ما يحدث، الآن، مع الناس والمنظمات التي تهمك.

إحدى شبكات التواصل الإجتماعي، التي انتشرت في السنوات الأخيرة، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغرِّدين إرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى (140) حرفًا للرسالة الواحدة، ويمكن وصفها بأنها نص موجز مركز، وكانت بداياته على يد مبتكرِهِ المبرمج "جاك دور سي Jack Dorsey" أوائل عام 2006 ميلادية.

المبحث الخامس :يوتيوب: YouTube اليوتوب موقع لمقاطع الفيديو، يتيح إمكانية التحميل عليه أو منه، لعدد هائل من مقاطع الفيديو، وهناك أعداد كبيرة للمشتركين فيه ويزوره الملايين يوميًّا، وتستفيد منه وسائل

الإعلام بعرض مقاطع الفيديو، التي لم تتمكن شبكات مراسيلها من الحصول عليها، ويعتبر اليوتوب من أهم أدوات الإعلام الرقمي الجديد، تأسس اليوتيوب من قِبَل ثلاثة موظفين كانوا يعملون في شركة" باي بال "PayPal عام 2005 ميلادية في ولاية كاليفورنيا في الولايات المتحدة الأمريكية.

المبحث السادس :المدونات الإلكترونية: المدونة تطبيق من تطبيقات الإنترنت، يعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صوره عبارة عن صفحة عنكبوتية تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتبة ترتيبًا زمنيًّا تصاعديًّا، تصاحبها آلية لأرشفة المدخلات القديمة، ويكون لكلٍّ مدخل منها عنوان إلكتروني دائم لا يتغيَّر منذ لحظة نشره على الشبكة، بحيث يمكن للمستفيد الرجوع إلى تدوينة معينة في وقتٍ لاحق عندما لا تكون متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، ولم تنتشر ظاهرة المدونات إلا بعد عام 1999ميلادية.

المبحث السابع :الصحافة الإلكترونية: دخل مفهوم الصحافة الإلكترونية مؤخرًا؛ نتيجة التطور الهائل الذي لحق بوسائل الاتصال وتكنولوجيا المعلومات، وهي نوع جديد من الصحافة غير التقليدية، يقتصر إصدارها على النسخة الإلكترونية دون المطبوعة، ويعود صدور أول نسخة إلكترونية في العالَم إلى عام 1993م؛ حيث أطلقت صحيفة" سان جوزيه ميركوري "الأمريكية نسختها الإلكترونية، تلاها تدشين صحيفتي" ديلي تليجراف "و"التايمز "البريطانيتين، لنسختهما الإلكترونية عام 1994م.

المبحث الثامن : تجربتي الشخصية مع الإعلام الجديد" قناتي الخاصة على اليوتيوب:" لم تكن علاقتي بالإعلام الجديد حتى وقت قريب تتسم بالتفاعلية، وكانت مقتصرة على تلقي الرسائل الإعلامية والإخبارية دون تعليق

أو تعقيب، حتى بداية شهر فبراير سنة 2011 ميلادية؛ حيث كانت أحداث التظاهرات التي خرجت في مصر تطالب بالإصلاح، ورغم اتفاقي معها في المطالبة بالإصلاح والعدالة، إلا أنني كنت ولازلت رافضًا لها لأسباب عديدة، وقررت أن أدافع عن أفكاري وقناعاتي التي أعتقد أنها الحق، فأنشأت صفحة إخبارية على الفيس بوك، وأنشأت قناة خاصة على اليوتيوب، وذلك بعد تفكير وتردد طويل، حظيت بأعداد مشاهدة لم أكن أتصورها، واستفدت كثيرًا بتلك التجربة التي كانت البداية الحقيقية لتفاعلي مع الإعلام الجديد.

المــراجـع

أولاً : المراجع العربية :

- **سامي عبد الرؤوف، الإنترنت في العالم العربي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب العربي، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، عدد 4، 2000م.**
- **معتصم زكي، الشاشة الصغيرة وأثرها في سلوكيات الأطفال، مجلة التربية، العدد 154، السنة الرابعة والثلاثون، اللجنة الوطنية القطرية للتربية والثقافة والعلوم، قطر، 2005م.**
- **سالم ساري، خضر زكريا، مشكلات اجتماعية راهنة، العولمة وإنتاج مشكلات جديدة، الأهالي للطبع والنشر والتوزيع، دمشق، ط1، 2004 م.**
- **المشكلات الاجتماعية داخل المجتمع العربي (السلوك المدرسي- الزواج العرفي- الطلاق- الانحراف الجنسي- إدمان الإنترنت)، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الطبعة 1، 2013.**
- **زاهر راضي، "استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي"، مجلة التربية، ع15 ، جامعة عمان الأهلية، عمان، 2003.**
- **د. عباس مصطفى صادق، "الاعلام الجديد: دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة"، البوابة العربية لعلوم الإعلام والاتصال، 2011م.**

- محمد بن صالح الخليفي، تأثير الإنترنت في المجتمع: دراسة ميدانية"، عالم الكتب، المجلد 22، العددان 5 و 6.
- حلمي ساري، ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2005 م.
- شعاع اليوسف، التقنيات الحديثة فوائد وأضرار دراسة التأثيرات السلبية على صحة الفرد، كتاب الأمة- قطر، العدد 112، السنة السادسة والعشرون، الطبعة الأولى، 2006م.
- د. بهاء الدين محمد مزيد، "المجتمعات الافتراضية بديلاً للمجتمعات الواقعية/ كتاب الوجوه نموذجاً"، جامعة الإمارات العربية المتحدة، 2012م.
- د.علي محمد رحومة، ((الانترنت والمنظومة التكنو-اجتماعية))، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية، 2007 م.
- جيهان حداد. المقاهي الالكترونية ودورها في التحول الثقافي في مدينة إربد : دراسة انثروبولوجية. جامعة اليرموك، رسالة ماجستير غير منشورة، 2002م.

- إيهاب خليفة، مواقع التواصل الاجتماعي "أدوات التغيير العصرية عبر الإنترنت"، المجموعة العربية للتدريب والنشر، الطبعة الأولى، 2016 م.
- عبد الرحمن الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015م.
- خالد غسان المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية- ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها، دار النفائس للنشر والتوزيع، الطبعة رقم 1، 2014م.
- باسم الجعبري، الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، الرواد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2009م.
- ثريا جبريل وآخرون، الخدمة الاجتماعية في مجال الأسرة والطفولة، مركز بيع الكتاب الجامعي كلية الخدمة الاجتماعية، جامعة حلوان، القاهرة، 2002م.
- أحمد عمر، حمدي (2014). مواقع التواصل الاجتماعي وتشكيل الوعي السياسي- دراسة في سوسيولوجيا الإنترنت على عينة من الشباب
- في بعض محافظات صعيد مصر. دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد العاشر.

- الخياط، مسعد محمد (2007) دور الإنترنت والصحافة في إمداد المراهقين بالمعلومات. رسالة ماجستيرغير منشورة، معهد الدراسات العليا للطفولة ، جامعة عين شمس،.
- الصعيدي، طارق محمد والقويري، جمال الدين محمد (2007) استخدامات الشباب الجامعي لشبكة المعلومات الدولية الإنترنت وتأثيراتها على الترابط الأسري في المجتمع الليبي- دراسة ميدانية. المؤتمر العام السنوي الثالث عشر، الإعلام والبناء الثقافي للمواطن العربي، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.
- جنيد، حنان (2003) تكنولوجيا الاتصال التفاعلى "الإنترنت" وعلاقتة بدرجة الوعي السياسي لدى طلاب الجامعات الخاصة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (يناير- مارس 2009) كلية الإعلام- جامعة القاهرة.
- جلال حسن، أشرف (2009) أثر شبكات العلاقات الاجتماعية التفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية والقطرية- دراسة تشخصية مقارنة على الشباب وأولياء الامور في ضوء مدخل الإعلام البديل. المؤتمر العلمي الأول
- وتحديات العصر، فبراير 2009، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- حبيب، محمد رضا (2007). علاقة التعرض للصحافة المطبوعة والإنترنت بمستوى المعرفة السياسية للشباب المصري- دراسة تحليلية وميدانية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.

- خضر، نرمين زكريا (2009). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية المؤتمر العلمي الأول. الأسرة والإعلام وتحديات العصر، فبراير 2009، الجزء الثالث، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- روبيرتس، تيمونز وهايت ايمي(2004) .من الحداثة إلى العولمة، رؤى ووجهات نظر في قضية التطور والتغيير الاجتماعي. (ترجمة سمير الشبكي). القاهرة: عالم المعرفة، ج1، العدد 309.
- سعود البشر، محمود (1997) مقدمة في الاتصال السياسي. الرياض: مكتبة العبيكان للنشر.
- عبد الحميد أحمد، محمد (2009) المدونات- الإعلام البديل. القاهرة: عالم الكتب.
- عبد السلام، نجوي (1998، مايو) أنماط ودوافع استخدام الشباب المصري لشبكة الإنترنت. الموتمر العلمي الرابع لكلية الإعلام، الإعلام وقضايا الشباب، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة.

- عبد القوي، محمود حمدي (2009) دور الإعلام البديل في تفعيل المشاركة السياسية لدى الشباب- دراسة تطبيقية على الشبكات الاجتماعية الافتراضية. المؤتمر العلمي الدولي الخامس عشر-يوليو 2009، الإعلام والإصلاح الواقع والتحديات، كلية الإعلام، جامعة القاهرة.
- مكاوي، حسن عماد وحسين، ليلي السيد (1998) الاتصال ونظرياتة المعاصرة . القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.
- منصور، محمد (2012) تأثيرات شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين- دراسة مقارنة للمواقع الاجتماعية والمواقع الإلكترونية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الآداب والتربية، قسم الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية بالدانمارك.
- الباحثان مدرسان للاعلام التربوي بكلية التربية النوعية، جامعة كفرالشيخ - مصر، تنصب اهتماماتهما
- البحثية في دراسات تأثير شبكات التواصل الاجتماعي والانترنت علي الشباب المصري والعربي في مختلف
- المجالات، كما شارك الباحثان في العديد من المؤتمرات العلمية في جمهورية مصر العربية .

- أمين ، رضا عبد الواحد. (٢٠٠٩) . استخدامات الشباب الجامعي لموقع " يوتيوب " على شبكة الإنترنت . ورقة بحثية قدمت إلى المؤتمر الأول " الإعلام الجديد : تكنولوجيا جديدة ... لعالم جديد" والذي عقد في رحاب جامعة البحرين في الفترة ما بين ٧ - ٩ أبريل ٢٠٠٩م، منشورات جامعة البحرين ص ٥١١ - ٥٣٦.
- جرار ، ليلى أحمد. (٢٠١١). المشاركة بموقع الفيس بوك وعلاقته باتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو العلاقات الأسرية. رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعلام ، جامعة الشرق الأوسط ، عمان.
- جريدة " الرأي" ، العدد الصادر يوم الأربعاء تاريخ ٨ شباط ، ٢٠١٢م.
- حجاب ، محمد منير (٢٠١٠). نظريات الاتصال. دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة.
- حسن ، همَت. (٢٠١٠). دراسات في نظريات الأعلام، ط ١ (القاهرة : مصر العربية للنشر والتوزيع).

- حسن، أشرف جلال. (2009). أثر شبكات العلاقات الاجتماعية والتفاعلية بالإنترنت ورسائل الفضائيات على العلاقات الاجتماعية والاتصالية للأسرة المصرية و القطرية : دراسة تشخيصية مقارنة على الشباب وأولياء الأمور في ضوء مدخل الإعلام البديل . مقدمة إلى أعمال مؤتمر كلية الإعلام ، جامعة القاهرة وهو بعنوان : "الأسرة والإعلام وتحديات العصر"، والذي عقد في الفترة ما بين 17-15فبراير 2009م
- حسين محمود ، والزيود، نادر فهمي . (1999). مشكلات طلبة الجامعة ومستوى الاكتئاب لديهم في وضوء متغيرات الجنس والتخصص، والمعدل التراكمي، والمستوى الدراسي، مجلة البصائر ، جامعة البتراء، 3 (2) . ص 155 – 194.
- الحفني، عبد المنعم (1978): موسوعة علم النفس والتحليل النفسي، الطبعة الأولى، الجزء الأول، القاهرة، مكتبة المد بولي
- الحمصي، رولا، (2008). إدمان الإنترنت عند الشباب وعلاقته بمهارات الاتصالات الاجتماعي دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة دمشق، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة دمشق.

- الحميدات ، روضة سليمان . (2007). بناء وتقنين مقياس مهارات الاتصال لدى طلبة الجامعات الأردنية ، رسالة ماجستير ، جامعة مؤتة ، مؤتة ، الأردن
- خضر ، نرمين (2009) الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية: دراسة على مستخدمي الفيس بوك. بحث مقدم للمؤتمر العلمي الأول بعنوان : الأسرة وتحديات العصر 15 -17 فبراير. جامعة القاهرة ، كلية الأعلام.
- خضر ، نرمين زكريا. (٢٠٠٩). الآثار النفسية والاجتماعية لاستخدام الشباب المصري لمواقع الشبكات الاجتماعية : دراسة على موقع الفيس بوك. مقدمة إلى مؤتمر كلية الأعلام ، جامعة القاهرة ، وهو بعنوان : الأسرة والإعلام وتحديات العصر ، والذي عقد في الفترة مابين ١٥ – ١٧ فبراير ٢٠٠٩م.
- الدسوقي، مجدي. (1998م). مقياس الشعور بالوحدة النفسية. مكتبة الأنجلو المصرية : القاهرة ، مصر.
- الدليم ، فهد عبد الله (٢٠٠٥) . الطمأنينة النفصية وعلاقتها بالوحدة النفسية لدى عينة من طلبة الجامعة. مجلة العلوم التربوية والدراسات الإسلامية بجامعة الملك سعود ، ١٨ (٢) ، ٣٢٩.

- راضي ، زاهر (2003) : استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي .
- الساري ، حلمي خضر. (٢٠٠٩). ثقافة الإنترنت...دراسة التواصل الاجتماعي. منشورات وزارة الثقافة ، عمان ، الأردن.
- الشرايري ، محمد. (2009). الأفكار اللاعقلانية والشعور بالوحدة النفسية والعلاقة بينهما لدى عينة مختارة من طلبة جامعة اليرموك. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة اليرموك.
- الشعراني ، إلهام وسليم ، مريم (٢٠٠٦) الشامل في المدخل إلى علم النفس، دار النهضة العربية ، بيروت لبنان.
- الشماس ، عيسى (٢٠٠٦) مجلة إتحاد الجامعات العربية للتربية وعلم النفس، جامعة دمشق ، كلية التربية مجاد رابع ، العدد الأول.
- الطروانة نايف ، الفنيخ لمياء ، : (٢٠١٢) استخدام الإنترنت وعلاقته بالتحصيل الأكاديمي و التكيف الاجتماعي الإكتئاب ومهارات الاتصال لدى طلبة جامعة القصيم، مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات التربوية، والنفسية، المجلد العشرين ، العدد الأول.

- علاونة ، حاتم سليم ، (٢٠١٢). " دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحفيز المواطنين الأردنيين في المشاركة في الحراك الجماهيري". ورقة بحثية قدمت في مؤتمر " الأعلام الجديد...التحديات النظرية والتطبيقية" والذي عقدته الجمعية السعودية للإعلام والاتصال ، في مدينة الرياض في الفترة ما بين ٢ -٤ ديسمبر ٢٠١٢م.
- العلاونة ، حسين. (2005). الشعور بالوحدة النفسية لدى عينة من طلبة جامعة اليرموك المقيمين وغير المقيمين مع أسرهم في ضوء بعض المتغيرات. رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة اليرموك ، إربد ، الأردن.بتاريخ 2 / 7 / 2011 /www.wac.org.ps
- قشقوش، إبراهيم (1979) : مقياس الإحساس بالوحدة النفسية ،القاهرة ، مكتبة الأنجلو المصرية.
- مجلة التربية، جامعة عمان الأهلية، عمان، العدد15
- مركز شئون المراة – غزة (2011) استطلاع للرأي العام حول شبكات التواصل الاجتماعي أجرى بتاريخ 2 / 7 / 2011 /www.wac.org.ps

- المصري ، نعيم (٢٠١٠). استخدامات الطلبة الجامعيين لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على وسائل الإعلام الأخرى : دراسة ميدانية على عينة من طلبة الكليات الفلسطينية. ورقة بحثية قدمت إلى مؤتمر كلية الإعلام بجامعة اليرموك ، وعنونه " الإعلام والتحولات المجتمعية في الوطن العربي" والذي عقد في الفترة ما بين ٢٣ – ٢٥/ تشرين الثاني/ ٢٠١١م ، جامعة اليرموك ، إربد ، الأردن.
- الناطور ، أنسام شحادة، (2001). استخدام الإنترنت وعلاقته مع كل من تحصيل الأكاديمي والتفاعل الاجتماعي وعادات الدراسة لدى عينة من الطلبة الجامعيين، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية، جامعة اليرموك.
- يونغ، كيمبرلي (١٩٩٨) الإدمان على الإنترنت (هاني أحمد ثلجي ، مترجم)، بيت الأفكار الدولية، عمان.

ثانياً : المراجع الأجنبية :

- *Kraut, R., Lundmark, V., Patterson, M., Kiesler, S., Muko., T., and Scherlis, W. (2007). "Internet Paradox: A Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-being". Journal of American Psychologist Sept., vol.53, No.9.*
- *Nie, Norman and Erbing, Lutz. (2009). Internet and Society: A preliminary Report. Standford Institute for the Quantitative study of Society. Intersurvey Inc., and Mckinsey and co.*
- *Kraut, Robert, et al.; (2004). "The Internet and Social Participation Contrasting Cross-Sectional and Longitudinal Analysis". [Web page]. Retrieved July 24, 2006, from world wide web: http://jcmc.Indiana.edu/vollo/issue 1/shklovshi- kraut.html*
- *Baumgartner, J. and Jonathan, M. (2010).My facetube politics: Social networking websites and political engagement of young adults. Social Science Computer Review, 28, 22-44.*
- *Boroughs, B. (2010). Social working websites and voter turnout (Unpublished M.P.P.). Georgetown University, Washington, DC., USA.*
- *Boulianne, S. (2007) Connecting, informing, and mobilizing youth and the advantaged: The role of the Internet in political engagement (Unpublished Doctoral Dissertation). The University of Wisconsin, Wisconsin, USA.*

- *Budak, A. (2010). Facebook, Twitter, and Barack Obama: New Media and the 2008 Presidential Elections. Retrieved September 16, 2012, from ProQuest Dissertations And Theses. (UMI No. 1474900).*
- *Cozma, R. and Ancu, M.(2009). My space politics: Uses and Gratification of befriending candidates. Journal of Broadcasting and Electronic Media, (53)4, 567-583.*
- *Denis, M.(1987). Mass communication theory: An Introduction, 2ed Edition. London: Sage Publication.*
- *Hayes,R. (2008). Providing what they want and need on their own turf: Social networking, the web and young voters. A Paper presented at the annual of the NCA, 94th annual convention 2008, San Diego, CA, USA.*
- *Mesbah, H. (1991). Uses and gratification of television viewing among Egyptian adults. MA Thesis. Department of Journalism and Mass communication, The American University of Cairo, Egypt.*
- *Raake, J. and Bonds, J.(2008) My space and Facebook: Applying the uses and gratification theory to exploring friend-networking sites. Cyberpschology and Behavior, 11(2), 169-174.*
- *Sara,W.E.(2009).The internet and Politics: Facebook as A compaing too (M.S. Dissertation). University of Central Messouri, Missouri, USA.*

-
- *Soon, P. H. and Marina, C. S. (2002). Focus group interview: The internet as political campaign medium. Public Relations Quarterly, 47 (4).*
- *Urista, M., Dong, Q., and Day, K. (2009). Explaining why young adults use MySpace and Facebook through uses and gratifications theory. Human Communication, 12(2), 215-229.*
- *Al- Saggaf, yeslam. (2011). Saudi females on facebook : An Ethnographic Study. International Journal of emerging Technologies & Society. Vol. 9, No. 1, 2011, PP:1-19.*
- *Anderson, K. J. (2001). Internet use among college students , An exploratory study, Journal of American College Health , 50,21-26.*
- *Anderson, K. J. (2001). Internet use among college students, An exploratory study, Journal of Psychology.*
- *Caplan, S. (2002): Problematic internet use and psychosocial well-being*

  Christopher, S. E., Tiffany, M.F., Migual, D., and Michele R. (2000). The relationship of internet use to depression and social isolation among adolescents, Adolescence, 35 (138).
- *Fred, L. (2000). Is the web isolating you? Byte, PN. PAG, OOP. EBSCO host, AN (3151260).*
- *Larose, RE., Eastin, M.S., Gregg, J. (2001). Reformulating the internet Paradox: Socia.*

▪

- *Lenhart, Amanda & Madden , Mary. (2007) . Teens, privacy & online social networks: How teens manage their online identities and personal information in the age of Myspace . Pew Internet & American life project . www.pewintent.org/. Viewed Feb. 10th . 2012*
- *Muise, Amy. Christofides, Emily & Desmarais, Serge. (2009). More Information than you Ever Wanted : Does Facebook Bring out the Green-Eyed Monster of jealousy. ?, Cybersychology & Behavior. Vol.12,No.4,2009,pp.441-444.*
- *Nalwa , K. & Anand, A. (2003) : Internet addiction in students: A case of concern.*
- *Ozdermir, U. (2008). Correlates of loneliness among university students. Journal of child and adolescent psychiatry and mentalhealth, 2(1) - pumped: 18851744 Available on: www.pubmedcentral.nih.gov.*
- *Rowe, M. (2000). Internet use stunts social growth, The Stanford Daily, Online Available:Sawir, E.; Marginson, S. Dumert, a ; Nland, CH. ; Ramia, G. (2007). Loneliness amd international students: an Australian study . Journal of studies in international education. 12 (2) [online] dol: 10.1177/1028315307299699.nuffic.*
- *Strano, Michele , M. (2008). User Description Through Facebook Profile Images Cypersychology: Jouranl of Psychosocial Research on Cyberspace, 2(2). Article (5), pp. 1-11.*

- *Urista , Mark A. Dong , Gingwen & Day , Kenneth D. (No date). Explaining why young Adults Use Myspace & Facebook Through Uses & Gratifications Theroy. Human communication, Vol.12, No.2,pp.215-229.*
- *Wenger, G; Davies, R; shahtahmasebis, S; scott, A. (1996). Social isolation and lonliness in old age: Young, K. S. and Rogers, R,C. (1998). The Relationship between Depression and internet Addiction, Center of online addiction, online Available: Young, K. S. and Rogers, R,C. (1998). The Relationship between Depression and internet Addiction, Cyber psychology and Behavior, 1(1),25-28.*
- *Young, K. (1996). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder . University of Pittsburgh at Bradford. Paper Presented at the 104th annual meeting of the American Psychological Association, August 15 , Toronto, Canada.*
- *Young, K. (1996). Internet can be as Addicting as Alcohol, drugs and gambling, online Available:*


مشاركة الأفراد في وسائل الإعلام
الدكتور/ أحمد رشاد علي الرويني
دار العلم والايمان
دار الجديد
العلم والإيمان للنشر والتوزيع